Communication Canada

Public Opinion Research in the Government of Canada

Annual Report

2001-2002

Communication Canada

Canada

104-02048/

Annual Report

Public Opinion Research in the Government of Canada

2001-2002

Prepared by Communication Canada

Research Branch

Direction générale de la recherche

Published by Communication Canada
August 2002

For more information, please contact the
Research Branch at (613) 943-5130.
Internet version: http://www.communication.gc.ca

Catalogue Number: PF1-1/2002

ISBN: 0-662-66613-5

Message from the Minister

I am pleased to present the first annual report summarizing public opinion research projects undertaken by government departments and agencies. This report presents an overview of the wide variety of research projects undertaken by the Government over the past year to ensure policies, programs and services better respond to the needs of all Canadians.

Communication Canada provides management oversight and expertise for all public opinion research undertaken by the Government of Canada. We assist departments and agencies throughout the entire process to ensure their research objectives are met and the research undertaken conforms to Government of Canada policies and market research industry standards. Communication Canada also facilitates access to research results and promotes the sharing of findings and best practices within the government research community.

Our central role in research is key to fulfilling Communication Canada's mandate to improve communications between the Government of Canada and Canadians. The research initiatives across departments and agencies support the Government's commitment to consult and engage Canadians in order to improve services and develop relevant policies and programs.

Public opinion research is vital to public policy and program development. Taking the views of Canadians into account helps ensure that policies, programs and services reflect the values and meet the needs of Canadians.

I hope you will find the attached snapshot of the diverse research projects undertaken across the Government of Canada useful and informative.

Ralph Goodale
Minister Responsible for Communication Canada

Table of Contents

Introduction 9

PUBLIC OPINION RESEARCH IN THE GOVERNMENT OF CANADA

General Aspects of Public Opinion Research 14

Details of Public Opinion Research 19

Highlights of Key Public Opinion Research Projects 21

Syndicated Studies 25

Access to Expertise 28

The Look Ahead: Public Opinion Research Issues for the Coming Year 31

Appendix Tables 33

Introduction

Listening is a vital part of communication. This includes listening to the needs and opinions of those with whom you communicate so that you can respond to their needs, listening so that you communicate in a way that they will hear, listening to whether your message has been heard, and actively listening. Public opinion research is vital to the Government of Canada because it is one of the ways that the Government listens to Canadians.

Communication Canada is pleased to present the first annual report on public opinion research within the Government of Canada. As part of its mandate to improve communications between the Government of Canada and Canadians, Communication Canada plays a key role in coordinating the Government's public opinion research. This report provides an overview of the growing number of research projects coordinated by Communication Canada to help departments and agencies fulfill their research needs. It also highlights trends in research across the Government of Canada.

This year, Communication Canada coordinated, on behalf of the Government of Canada, 686 research projects* for a total cost of $26.2 million. Of this, $4 million was spent on departmental subscriptions to syndicated studies and the remainder, $22.2 million, was devoted to custom research. This fiscal year the Government of Canada contracted 83 firms for its public opinion research.

Communication Canada

As stated in the new Communications Policy of the Government of Canada, which came into effect April 1, 2002, Communication Canada is the technical and coordinating authority for Government of Canada public opinion research. As such, the Research Branch, through the Coordination and Advisory Services - Public Opinion Research Directorate (CASPORD), facilitates public opinion research studies by guiding departments throughout the entire research process to ensure their objectives are met.

The Research Branch also undertakes communications research, including the *Listening To Canadians* surveys, which are conducted three times a year. The results of these surveys are shared throughout the Government of Canada to increase understanding of societal trends, issues and events affecting government communications. The reports generated from the *Listening To Canadians* surveys are available on Communication Canada's Web site.

* The numbers in this report are based on information submitted to Communication Canada by departments for projects that are identified and treated as public opinion research as per the definition in the Communications Policy of the Government of Canada.

Public Opinion Research Resources and Tools

Communication Canada's advisors are ready to help departments work their way through any public opinion research problem. In addition, there are a number of tools and resources that have been established to help facilitate the public opinion research process within the Government. A brief description of each of these resources is provided below.

Orientation Guide

Public Opinion Research in the Government of Canada: An Orientation Guide is a resource for any Government of Canada employee involved in conducting public opinion research. In essence, this guide explains the process and players involved in conducting public opinion research within the Government of Canada. The guide should make the process of conducting public opinion research clearer.

The guide offers readers a definition of what public opinion research is for the purposes of the contracting process within the Government. Conversely, the guide also discusses what types of research are not considered to be public opinion research.

A number of different organizations are involved in public opinion research within the Government including the client department or agency, Communication Canada, Public Works and Government Services Canada (PWGSC) and the research firm. Readers of the guide will find an explanation of the roles of each of these organizations in the process.

The guide also includes an outline of a project summary and a description of the advertising and public opinion research (APOR) planning system. The guide also includes a section on best practices, which outlines the practices public servants should follow at each stage of the research process. The guide is available electronically at the CommNET Extranet site (http://commnet.gc.ca) and in hard copy from Communication Canada Research Branch.

Public Opinion Research on the CommNET

CommNET, Communication Canada's Extranet site for government communicators, contains a section on public opinion research, which all public servants involved in public opinion research should find helpful. The site includes a listing of advisors and the departments and agencies that each advisor works with, as well as a searchable list of more than 2500 Government of Canada public opinion research reports submitted since 1994, which have been deposited in the National Library of Canada and the Library of Parliament. The list is updated regularly. Copies of these reports can be accessed using inter-library loan through departmental or local libraries or from Communication Canada.

The site also contains several sections for those who are new to the public opinion research process. Users of the site will find an outline of the public opinion research summary that should be completed each time a department wishes to initiate a public opinion research contract.

Finally, the site contains a link to a section on Communication Canada's Web site that is dedicated to the communication surveys of the Research Branch. The Research Branch of Communication Canada undertakes communications research, such as *Issues and Challenges in Communicating with Less Literate Canadians* and *Listening to Canadians*.

On-line Access to Projects

There has been an increasing demand among government employees for easier access, preferably on-line, to the custom public opinion research being done by departments and agencies. As a result, Communication Canada is developing a pilot project for a new on-line process. Under this process, departments and agencies would submit details of planned research electronically. Public Service employees would be able to access summary information of these projects on an Extranet site.

Public Opinion Research Committees and Groups

Directors General Committee on Public Opinion Research

In spring 2001, directors general of communications struck a committee on public opinion research. The committee is co-chaired by Sheila Watkins, Director General, Communications, Health Canada, and Laurent Marcoux, Director General, Research Branch, Communication Canada. The mandate of this committee is to improve the public opinion research process and to facilitate sharing of research results among departments and agencies.

Public Opinion Research Working Group

The Public Opinion Research Working Group is comprised mainly of departmental public opinion research coordinators. This working group provides an opportunity to discuss a wide range of issues and share strategies for overcoming common problems that occur in the research process. Topics from this past year included discussions surrounding the new Communications Policy from the Treasury Board Secretariat and the Service Improvement Initiative. Practical issues, such as the availability of new standing offers and other public opinion research tools, are also discussed regularly. Meetings for the working group occur every two to three months.

Public Opinion Research in the Government of Canada

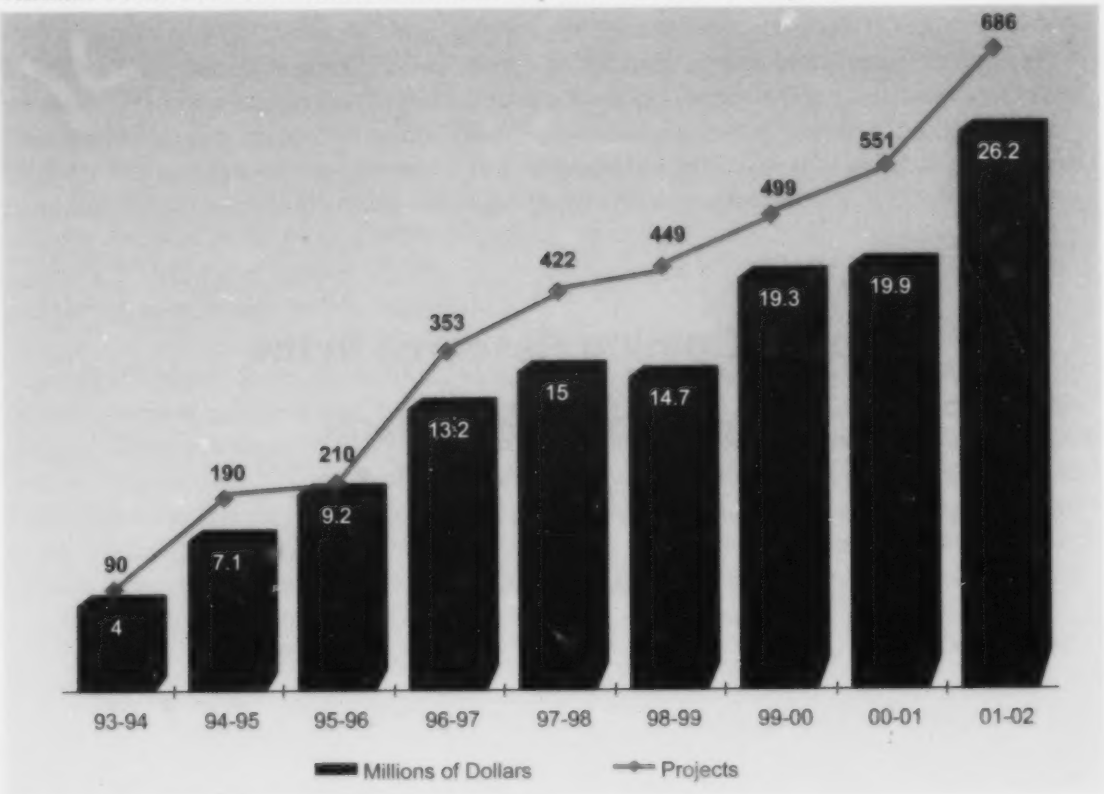
2001-2002

Overview

This section of the report details the volume, value and types of public opinion research done by departments and agencies of the Government of Canada and coordinated by Communication Canada from April 1, 2001 to March 31, 2002. It summarizes the research by department and agency and lists the firms they are using. This report also previews some of the key issues that will be facing the government research community in the coming months and years.

General Aspects of Public Opinion Research

Annual Total Cost and Number of Public Opinion Research Projects



The Government of Canada systematically gathers information on a wide range of topics in order to facilitate decision making. Public opinion research is one of the methods used to understand the points of view and expectations of citizens and various other populations. The use of public opinion research allows the Government of Canada to consult with and engage Canadians and other audiences in the fields of communications, government policy and program development, as well as in the evaluation of services.

The importance the Government of Canada places on listening to Canadians is clearly reflected in the consistent growth of public opinion research over the past decade. For the fiscal year 2001-2002, the total project dollar volume of public opinion research projects coordinated by Communication Canada was $26.2 million. This represents an increase of 31% in dollars invested in public opinion research and an increase of more than $6 million compared with the dollar volume of fiscal year 2000-2001.

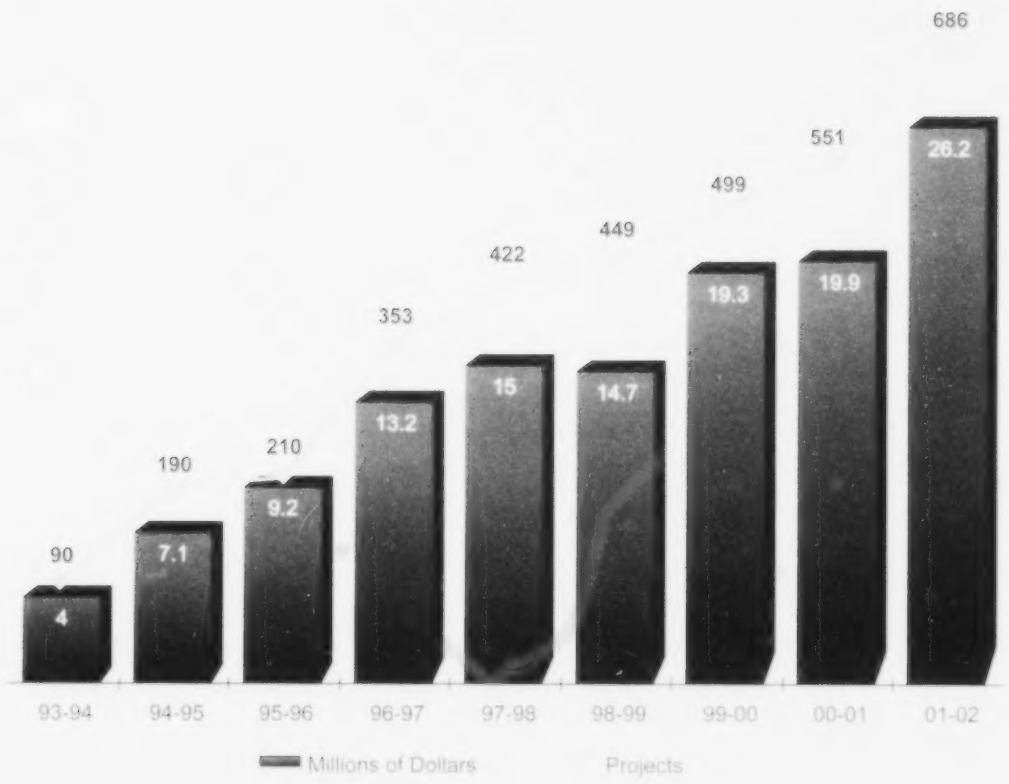
This increase in expenditures in public opinion research may be attributed to several factors including the current Government of Canada emphasis on citizen-focused service delivery, the new Communications Policy's emphasis on consulting with the public, meeting the needs of Canadians through government-on-line initiatives, and measuring client satisfaction levels for government services.

Departmental Rankings

Departmental Rankings for all Public Opinion Research		
Department	**Thousands of Dollars**	**Number of Projects**
Health Canada	$4,036	88
Human Resources Development Canada	$2,614	62
Communication Canada	$2,117	70
Industry Canada	$1,834	54
Environment Canada	$1,343	36
Canadian Heritage	$1,288	36
Treasury Board Secretariat	$1,228	16
Foreign Affairs & International Trade	$867	18
Natural Resources Canada	$847	32
Justice	$810	21

This fiscal year, seven departments each invested $1 million or more on public opinion research. Health Canada invested the most in public opinion research. It was followed by Human Resources Development Canada, Communication Canada, Industry Canada, Environment Canada, Canadian Heritage and Treasury Board Secretariat. The three departments that rounded out the top ten, but which invested less than $1 million each in public opinion research, include Foreign Affairs and International Trade, Natural Resources Canada, and Justice Canada.

General Aspects of Public Opinion Research



The Government of Canada systematically gathers information on a wide range of topics in order to facilitate decision making. Public opinion research is one of the methods used to understand the points of view and expectations of citizens and various other populations. The use of public opinion research allows the Government of Canada to consult with and engage Canadians and other audiences in the fields of communications, government policy and program development, as well as in the evaluation of services.

The importance the Government of Canada places on listening to Canadians is clearly reflected in the consistent growth of public opinion research over the past decade. For the fiscal year 2001-2002, the total project dollar volume of public opinion research projects coordinated by Communication Canada was $26.2 million. This represents an increase of 31% in dollars invested in public opinion research and an increase of more than $6 million compared with the dollar volume of fiscal year 2000-2001.

This increase in expenditures in public opinion research may be attributed to several factors including the current Government of Canada emphasis on citizen-focused service delivery, the new Communications Policy's emphasis on consulting with the public, meeting the needs of Canadians through government-on-line initiatives, and measuring client satisfaction levels for government services.

Departmental Rankings

Department	Thousands of Dollars	Number of Projects
Health Canada	$4,036	88
Human Resources Development Canada	$2,614	62
Communication Canada	$2,117	70
Industry Canada	$1,834	54
Environment Canada	$1,343	36
Canadian Heritage	$1,288	36
Treasury Board Secretariat	$1,228	16
Foreign Affairs & International Trade	$867	18
Natural Resources Canada	$847	32
Justice	$810	21

This fiscal year, seven departments each invested $1 million or more on public opinion research. Health Canada invested the most in public opinion research. It was followed by Human Resources Development Canada, Communication Canada, Industry Canada, Environment Canada, Canadian Heritage and Treasury Board Secretariat. The three departments that rounded out the top ten, but which invested less than $1 million each in public opinion research, include Foreign Affairs and International Trade, Natural Resources Canada, and Justice Canada.

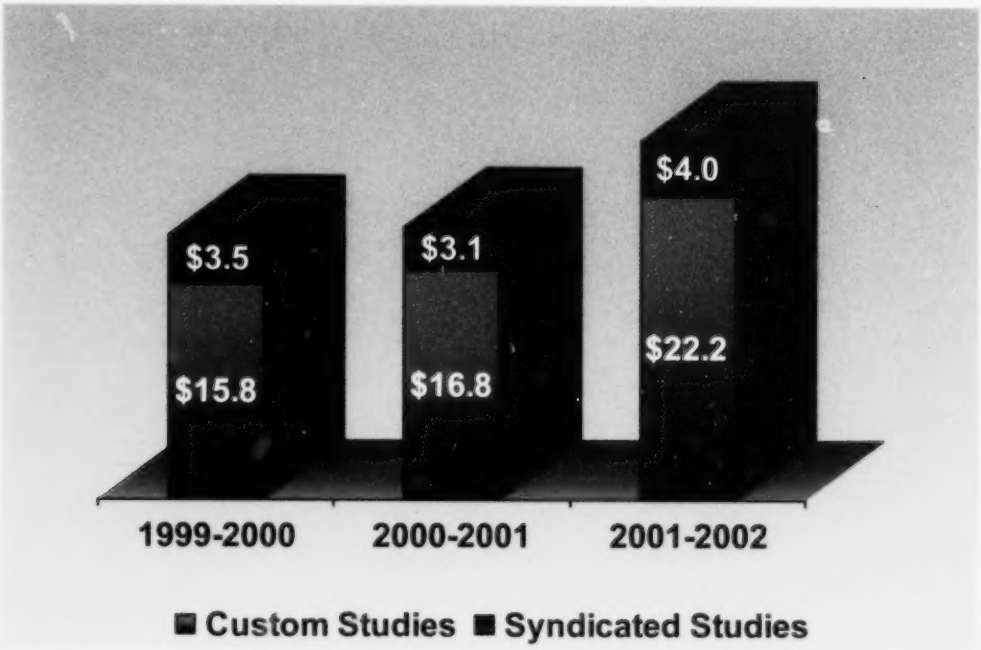
Public Opinion Research in Departments

Spending on Public Opinion Research 1999-2002 (thousands of dollars)						
Department	**1999-2000**		**2000-2001**		**2001-2002**	
	Value	Projects	Value	Projects	Value	Projects
Health Canada	$2,419	45	$2,300	62	$4,036	88
Human Resources Development Canada	$3,100	87	$2,556	68	$2,614	62
Communication Canada	$1,128	18	$2,105	60	$2,117	70
Industry Canada	$1,057	36	$1,439	45	$1,834	54
Environment Canada	$375	16	$810	24	$1,343	36
Canadian Heritage	$679	24	$849	29	$1,288	36
Treasury Board Secretariat	$1,030	26	$1,027	17	$1,228	16
Foreign Affairs and International Trade	$555	13	$514	17	$867	18
Natural Resources Canada	$601	24	$387	13	$847	32
Justice Canada	$1,102	21	$626	19	$810	21

Eight departments have increased their investment in public opinion research over the past two years: Health Canada, Communication Canada, Industry Canada, Environment Canada, Canadian Heritage, Treasury Board Secretariat, Foreign Affairs and International Trade, and Natural Resources Canada. Both Justice Canada and Human Resources and Development Canada now invest less in public opinion research than was the case two years ago.

Custom vs. Syndicated Studies

Comparison of Custom and Syndicated Studies (millions of dollars)

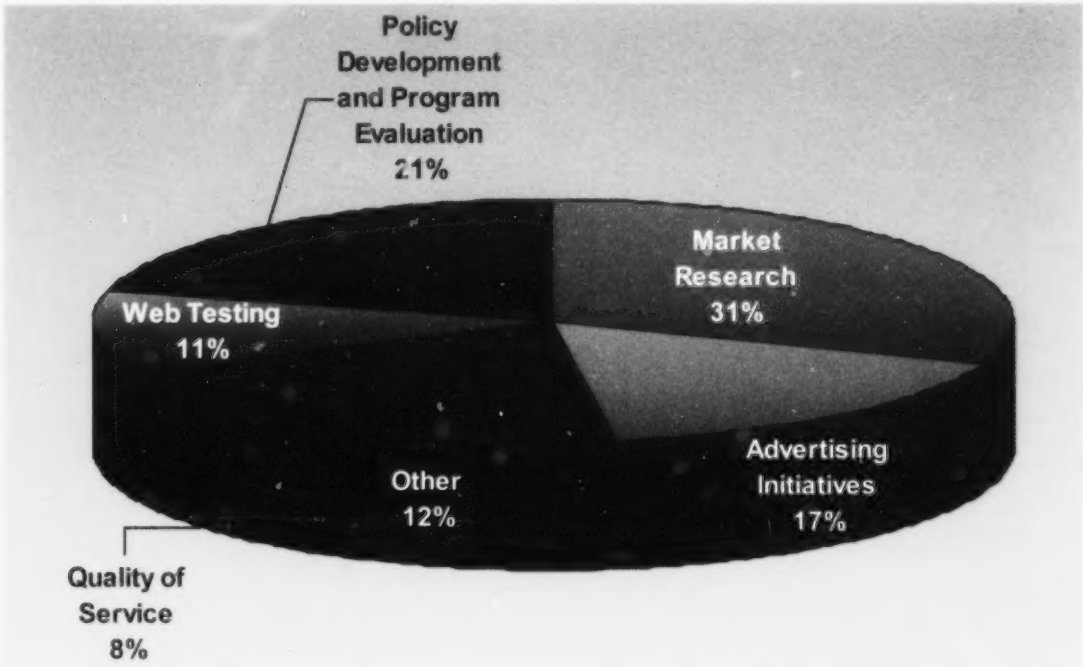


Custom public opinion research is research that an organization commissions from a private firm. The product is "customized" to fit the specific research needs of the department or agency. Once the report is rendered, the department owns the copyright of the report and all materials generated from the project may be shared with anyone the department wishes. In contrast, research firms own the copyright for syndicated studies. Departments purchase subscriptions to these studies and may not share the results with other departments.

Custom research continues to account for the vast majority of government public opinion research. The cost of syndicated studies increased from $3.1 million in 2000-2001 to just over $4 million this fiscal year. Further information on syndicated studies is found on page 25 of this report. The cost of custom research increased by $6.3 million from what it was two years ago.

Type of Research

Type of Research as a Percentage of Total Cost of Public Opinion Research

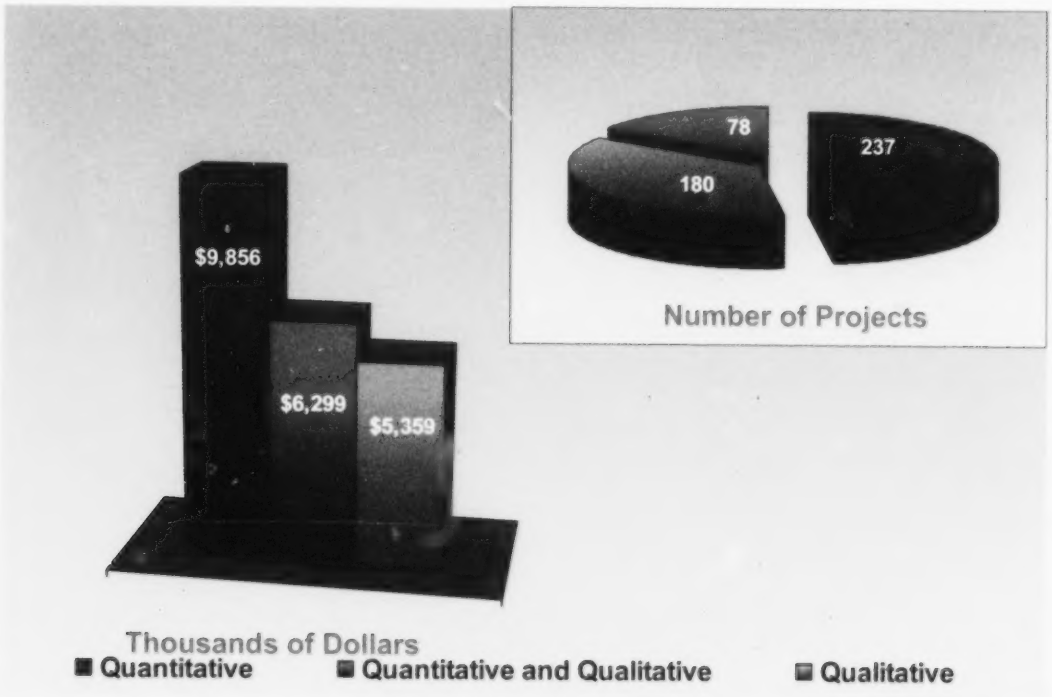


Public opinion research completed for the Government of Canada was quite varied in terms of the nature of the research. Market research, which includes projects such as the field work for Communication Canada's communication survey, was easily the most common type of research project. Research that was classified as policy development and program evaluation, such as Human Resource Development Canada's (HRDC) *Labour Force Tracking Survey*, was also used and amounted to $4.6 million. It should be noted that the program evaluation portion of this type of research is only comprised of the public opinion research component of program evaluation. Other types of research that were popular this fiscal year included advertising initiatives ($3.7 million), quality of service ($1.8 million), and Web site testing ($2.4 million).

Details of Public Opinion Research

Research Methodology

Research Methodologies Utilized for Public Opinion Research



Public opinion research projects utilized a variety of research methods. Quantitative research methods (telephone surveys in the vast majority of cases) accounted for nearly $10 million and represented 46% of the total number of custom research projects. Projects that utilized qualitative research methods, such as focus groups and in-depth interviews, represented 35% of all research projects but only 25% of total costs. It is worth noting that, for the most part, qualitative research techniques tend to be less costly compared to quantitative research methods, although the results of the former cannot be extrapolated to the general population. Another 15% of all custom research projects, in terms of the number of projects, utilized both quantitative and qualitative research methods.

Target Populations

Target Populations for Public Opinion Research		
Target Population	**Total Cost of Projects (thousands of dollars)**	**Number of Projects**
General Population	$13,154	335
Industry Sector, Business or Professionals	$1,222	39
Public Servants	$1,081	22
Engaged Canadians	$971	23
Aboriginal Persons	$622	15
Partners/Stakeholders	$526	18
Clients	$484	13
Seniors	$76	3
Immigrants	$40	2
Other	$7,171	197

Research conducted for the Government of Canada this fiscal year was based upon a wide variety of target populations (the actual people being interviewed or studied in a particular research project). The majority of projects dealt with Canada's general population but other studies were based on a wide variety of sub-populations that ranged from seniors to immigrants. The category "other" expands this list even more and includes such diverse groups as rural dwellers and farmers, unemployed Canadians, parents with children living at home, veterans, debit card users, opinion leaders and physicians, to name but a few.

Highlights of Key Public Opinion Research Projects

Each year the Government of Canada conducts a wide range of public opinion research that touches on an almost infinite variety of topics. This section of the report illustrates the large spectrum of issues and themes.

Health Canada

While a significant proportion of this year's research was linked to the Federal Tobacco Control Strategy and its associated social marketing campaigns, a broad range of qualitative and quantitative studies were conducted in the areas of health promotion and health safety, on issues such as:

- diabetes
- hepatitis C
- nutrition labelling
- organ and tissue donation
- sudden infant death syndrome
- breast cancer
- assisted human reproduction
- family violence
- fetal alcohol syndrome
- air pollution

These studies were among many different target populations, and for many different purposes—from assessing the communications impact of potential new messages, products and advertising campaigns, to seeking to understand how potential policy changes might affect broad public attitudes, motivations and behaviour.

Human Resources Development Canada

HRDC had projects concentrated in the broad areas of skills and learning, income security, Employment Insurance and labour, as well as projects that advanced the Government On-Line agenda to make government programs, services and publications accessible on the Internet.

Projects included several related to assessing the impact of elements of Canada's Youth Employment Strategy; others assessing policy and communications in the areas of labour market information, the Canada Child Tax Benefit, and skills and learning; and many Web sites and Web site-cluster concepts and usability tests. Target populations under study covered the broad spectrum of Canadian society, from youth-at-risk to pensioners, from parents to university students.

Communication Canada

The greatest number of projects this fiscal year involved collecting data for the Research Branch's communications survey *Listening To Canadians*. In addition, the department conducted research that dealt with a variety of Government of Canada advertisements, including the *We All Belong* campaign. Communication Canada also initiated five projects that focussed on quality of service in relation to the Canada Pavilion.

Industry Canada

Industry Canada conducted projects concentrated in several broad areas: developing policy and communications for the Government of Canada's innovation agenda; advancing Government On-Line; assessing the needs of small and medium-sized businesses; and protecting consumers.

Some specific projects included assessing public attitudes toward the changing electricity marketplace, toward biotechnology and toward consumer debit card services; doing research that ensured that elements of the Business Gateway and Canadian Consumer Information Gateway achieve maximum communications effectiveness; and testing usability for many Web sites. Target populations ranged from the general population to small business and industry leaders.

Environment Canada

Environment Canada's research dealt with a variety of issues. Tracking research was conducted to continue monitoring the public's attitudes toward Climate Change. A major survey of Canadians was undertaken to measure usage of and satisfaction with meteorological products and services. In addition, several surveys were conducted with residents living in specific locations where weather warnings had been issued just days prior to the surveys. In these cases, the surveys were intended to assess the level of recall of weather warnings and to gather information about actual behaviour following the issuance of a weather warning.

Research Highlights

This fiscal year there were several public opinion research studies conducted by the Government of Canada. Below is a brief description of some of the more notable of these studies, ranging from on-line studies to studies dealing with social cohesion following the events of September 11, 2001.

On-Line Studies

Two of the projects conducted on-line this fiscal year involved the Government of Canada's presence on the Internet. In January 2001, the Canada Site (http://canada.gc.ca), the primary Internet portal for information on the Government of Canada's programs and services, was revised. The research utilized both qualitative and quantitative methods to determine the best design for the welcome and home pages for the Canada Gateway.

A second Internet-related study was conducted by the four natural resource departments (Environment Canada, Natural Resources Canada, Fisheries and Oceans Canada, and Agriculture and Agri-Food Canada) and Health Canada that are partners in the development of the Environment, Natural Resources, Fisheries and Agriculture (ENRFA) Cluster on the Canada site. The purpose of the cluster is to create a Web portal where Canadians can go to find information related to sustainable development. The research project was conducted to determine public reaction to this proposed cluster.

Rural Youth Migration Study

Agriculture and Agri-food Canada conducted a study entitled the "Rural Youth Migration Study" on behalf of the Canadian Rural Partnership, which is composed of federal departments and other rural stakeholders. The goal of the Canadian Rural Partnership is to ensure that federal programs, policies and activities provide support to rural communities. The study surveyed rural youth about their aspirations and perceived opportunities regarding education, employment and preferred location to live. Community leaders were also asked for their views on the need for post-secondary schooling, the opportunities to create jobs for young people, support for entrepreneurial self-employment opportunities for youth and the availability of other community resources for rural youth.

Statistics Canada Town Hall Meetings

A number of town hall meetings and focus groups were held to help give Statistics Canada guidance with respect to the possibility of amending the *Statistics Act* to allow historical census records to be made available to the public. The research was intended to ensure, if access to historical census records is provided, that it be done in a manner that respects the concerns of Canadians for privacy and for the integrity of government.

Official Languages

The Treasury Board Secretariat—in collaboration with the Office of the Commissioner of Official Languages, Communication Canada and Canadian Heritage—undertook a research project into the current attitudes towards the use of both official languages within the public service of Canada. The purpose of the research was to identify the barriers and opportunities to increasing the active use of both official languages in the Government of Canada workplace and to increasing the capacity of employees to use both official languages in the service of Canadians.

Social Cohesion

Canadian Heritage (which served as the lead department), Citizenship and Immigration Canada and Communication Canada commissioned a research project that was designed to determine attitudes towards racial and religious minorities and immigrants in the wake of the September 11, 2001 attacks. This study on social cohesion utilized both quantitative and qualitative research methods.

Syndicated Studies

Rankings of Syndicated Studies	
Syndicated Study	**Departmental Subscriptions**
Rethinking Government (Ekos Research Associates)	14
The Ipsos Trend Report (formerly the Angus Reid Report) (Ipsos-Reid)	12
Rethinking the Information Highway (Ekos Research Associates)	11
Focus Canada (Environics Research)	10
Rethinking North American Integration (Ekos Research Associates)	9
Perspectives Canada (Pollara)	7
Compas Business Agenda (Compas Research)	7
Emerging Perspectives on Innovation (Ekos Research Associates)	6
Public Safety in the New Millennium (Ipsos-Reid)	6
Reconnecting Government with Youth V (Ipsos-Reid)	6
3SC (CROP)	5
Rethinking Citizen Engagement (Ekos Research Associates)	5
National Pulse on Health (Environics Research)	2
Perceptions Regarding Family Violence (Ekos Research Associates)	2

Syndicated studies continued to be utilized this fiscal year by the Government of Canada. A number of departments used the "Rethinking" series, with *Rethinking Government* having the greatest number of subscriptions. A number of departments also subscribed to other studies that provided a broad-based overview of public opinion research; these included *The Ipsos Trend Report*, *Focus Canada* and *Perspectives Canada*. A number of departments also chose to subscribe to Ekos' *Rethinking the Information Highway* and *Rethinking North American Integration*.

Thematic Overview of Syndicated Studies

As a whole, the Government of Canada subscribed to a number of syndicated studies that deal with a wide variety of issues. Below is a thematic overview of these syndicated studies.

National Public Opinion Overviews:

CROP Express (CROP)
3SC (CROP)
Rethinking Government (Ekos Research Associates)
Rethinking Citizen Engagement (Ekos Research Associates)
Focus Canada (Environics Research Group)
Goldfarb Report (Goldfarb Consultants)
The Ipsos Trend Report Canada (formerly the *Angus-Reid Report)* (Ipsos-Reid)
Perspectives Canada (Pollara)
Environmental Monitor (Environics Research Group)

Regional Reports:

Atlantic Omnibus Report (Corporate Research Associates)
Québec 360 (Créatec +)
North of 60 (Environics Research Group)
Focus Ontario (Environics Research Group)
Options for Western Canada (Ipsos-Reid)
BC Reid Report (Ipsos-Reid)
Alberta Reid Report (Ipsos-Reid)
Ontario Reid Report (Ipsos-Reid)

High Technology and Innovation:

Rethinking the Information Highway (Ekos Research Associates)
Emerging Perspectives on Innovation (Ekos Research Associates)
Inter@ctive Reid Report (Ipsos-Reid)

International Issues:

Rethinking North American Integration (Ekos Research Associates)
International Environmental Monitor (Environics International)
Globe Scan Report on Sustainable Development Trends (Environics International)
World Monitor (Ipsos-Reid)

Security:

Public Security Monitor (Ekos Research Associates)
Public Safety in the New Millennium (Ipsos-Reid)

Youth Issues:

Reconnecting Government with Youth (Ipsos-Reid)
Campus Pulse: Understanding Young Adults (The Logit Group)
Trendscan: Report on Teen Lifestyles (Youth Culture)

Health Issues:

National Pulse on Health (Environics Research Group)
Health Insider Report (PriceWaterhouseCoopers)

Business/Economic Issues:

Compas Business Agenda (Compas)
Monthly Index of Consumer Attitudes (Conference Board of Canada)
Corporate Social Responsibility Monitor (Environics International)
2002 Canadians and the Economy (Ipsos-Reid)

Other Topics:

Sport Canada Research on the Canada Winter Games (Decima Research)
Perceptions Regarding Family Violence (Ekos Research Associates)
Citizens First 2002 (Institute of Public Administration of Canada)
Wheat Market Watch (Ipsos-Reid)
Farm Management Practices Benchmark (Ipsos-Reid)
Public Views Regarding Aboriginal Peoples (Ipsos-Reid)
New Thoughts for Food (Ipsos-Reid)
Nielsen Television Index (Nielsen Media Research)

Access to Expertise

Research Firm Rankings for Public Opinion Research		
Firm	**Thousands of Dollars**	**Number of Projects**
Ekos Research Associates	$4,567	112
Environics Research Group	$3,615	72
Ipsos-Reid	$3,537	106
Compas	$2,031	50
Créatec +	$1,528	31
Pollara	$1,446	23
Phase 5 Consulting Group	$1,213	28
Decima Research	$1,181	28
Goldfarb Consultants	$862	19
GPC Factor Research Group	$790	12

This fiscal year the Government of Canada used the services of 83 research firms to fulfil its public opinion research needs.

Access to Expertise – Custom Research

Research Firm Rankings for Custom Research		
Firm	**Thousands of Dollars**	**Number of Projects**
Environics Research Group	$3,333	60
Ekos Research Associates	$2,917	56
Ipsos-Reid	$2,628	60
Compas Research	$1,898	43
Pollara	$1,346	23
Créatec +	$1,378	30
Phase 5 Consulting Group	$1,226	27
Decima Research	$1,170	27
Goldfarb Consultants	$792	16
GPC Factor Research Group	$790	11

Overall, Environics Research Group received more revenue for custom research projects (all studies except syndicated reports) than any other private sector firm. Indeed, Environics Research Group earned 14% more than Ekos Research Associates, which ranked second. In total, eight firms each had revenues of at least $1 million from custom research projects.

Access to Expertise – Syndicated Studies

Research Firm Rankings for Syndicated Studies	
Firm	**Thousands of Dollars**
Ekos Research Associates	$1,639
Ipsos-Reid	$909
Environics Research Group	$400
CROP	$228
Perspectives Canada Ltd	$169
Créatec+	$150
Compas Research	$137
Environics International Ltd.	$135
Goldfarb Consultants	$70
Institute of Public Administration of Canada	$54

Ekos Research Associates was the leading firm in terms of the revenue it received for departmental subscriptions to syndicated studies. It was followed by Ipsos-Reid and Environics Research Group. Government departments subscribed to a total of 44 different syndicated studies.

The Look Ahead: Public Opinion Research Issues for the Coming Year

In looking ahead at the fiscal year 2002-2003, there are several challenges that Communication Canada and its partners will be addressing in relation to public opinion research.

Advertising Campaign Evaluation Tool:

There is a growing desire within the Government to develop a common set of measurements to evaluate the effectiveness of advertisements. The Government of Canada has developed a standard set of questions for use in surveys that evaluate major advertising campaigns. Departments are encouraged to use these questions in smaller campaigns, as well. This common measurement tool determines the effectiveness of Government of Canada advertisements. This new tool will help departments save money in the design of questionnaires and improve the consistency of the research and the ability to measure the effectiveness of advertisements.

On-Line Research:

On-line research is becoming increasingly popular and there is now a proliferation of software packages that make it easy for organizations to conduct such research. The Government of Canada will need to develop standards to determine what research is appropriate, when outside consultants need to be hired and what privacy and accessibility issues need to be addressed. While this research promises great value, it comes with its own set of issues that must be addressed. One of the main concerns presented by on-line research is that it often lacks the rigour and quality of traditional public opinion research. For the research to be useful, it must adhere to correct methodologies and the data must be interpreted correctly. This coming year, Communication Canada will endeavour to help develop government-wide standards for on-line research.

Service Improvement Initiative:

The Service Improvement Initiative is one of the important initiatives the Government of Canada is currently undertaking. Under the Initiative, departments and agencies are required to establish documented baseline measures of client satisfaction for key services to the public using a Common Measurements Tool (CMT). The CMT consists of 10 core questions that must be included by all departments and agencies when assessing client satisfaction levels. This tool must also be used in developing their annual Service Improvement Plans and core service standards. Communication Canada has been working with the Treasury Board Secretariat to establish standing offers related to the Service Improvement Initiative. The major requirement under the resulting standing offers will be the design, implementation, and analysis of client satisfaction surveys that incorporate the CMT.

Coordination and Sharing:

In 2002-03, Communication Canada will continue to work toward the twin goals of inter-departmental coordination of public opinion research and the sharing of this research among departments. Already there are a number of resources that will help facilitate the sharing of public opinion research, including easier access to research results and greater sharing of research methodologies and best practices among the government research community. In addition, the public opinion research working group will continue to meet regularly, with membership expanding to include coordinators from more departments, as well as contracting advisors from Public Works and Government Services Canada. The Directors General Committee on public opinion research will meet to discuss such emerging issues as on-line research, advertising evaluation and syndicated studies. A number of tools and resources will be implemented for the research community, including a methodological guide and expanded on-line information on public opinion research studies.

Appendix Tables

Table One

Departmental Rankings for all Public Opinion Research		
Department	**Thousands of Dollars**	**Number of Projects**
Health Canada	$4,036	88
Human Resources Development Canada	$2,614	62
Communication Canada	$2,117	70
Industry Canada	$1,834	54
Environment Canada	$1,343	36
Canadian Heritage	$1,288	36
Treasury Board Secretariat	$1,228	16
Foreign Affairs & International Trade	$867	18
Natural Resources Canada	$847	32
Justice Canada	$810	21
National Defence	$707	15
Canada Customs and Revenue Agency	$687	23
Privy Council Office	$678	15
Transport Canada	$666	16
Finance Canada	$637	19
Public Works & Government Services Canada	$634	23
Fisheries & Oceans Canada	$616	12
Canada Investment & Savings	$526	8
Parks Canada	$467	6
Indian & Northern Affairs Canada	$458	13
Agriculture & Agri-Food Canada	$430	9
Citizenship & Immigration Canada	$404	11
Statistics Canada	$375	7
Western Economic Diversification Canada	$234	17
Emergency Preparedness Canada	$222	6

Table One (Continued)

Department	Thousands of Dollars	Number of Projects
Veterans Affairs Canada	$146	6
Canadian International Development Agency	$107	6
National Energy Board	$99	2
Correctional Service of Canada	$83	4
Canadian Institutes of Health Research	$83	1
Office of the Privacy Commissioner of Canada	$69	2
Canadian Food Inspection Agency	$60	2
Royal Canadian Mounted Police	$54	1
Solicitor General Canada	$52	1
National Library of Canada	$40	2
National Film Board	$39	2
Canada Research Chairs	$27	2
National Research Council Canada	$25	1
National Archives of Canada	$22	1
Transportation Safety Board	$21	1
Economic Development Canada	$20	3
Consulting and Audit Canada	$20	1
Federal Court of Canada	$11	1

Table Two

Research Firm Rankings in Dollar Values for all Public Opinion Research	
Firm	**Thousands of Dollars**
Ekos Research Associates	$4,567
Environics Research Group	$3,615
Ipsos-Reid	$3,537
Compas Research	$2,031
Créatec +	$1,528
Pollara	$1,446
Phase 5 Consulting Group	$1,213
Decima Research	$1,181
Goldfarb Consultants	$862
GPC Factor Research Group	$790
Sage Research	$631
Patterson, Langlois Consultants	$488
CF Group Inc.	$405
Viewpoint Learning Inc.	$324
R.A. Malatest & Associates	$297
Binarius Research Group	$253
CROP	$248
Corporate Research Associates	$195
Léger Marketing	$189
Vision Research	$181
Environics International Ltd.	$164
Perspectives Canada Ltd.	$169
Earnscliffe Research	$155
Circum Network Inc.	$143
Cogem	$121

Table Two (Continued)

Firm	Thousands of Dollars
Delta Media	$95
Conference Board of Canada	$80
PriceWaterhouseCoopers	$78
Strathmere Associates International Ltd.	$74
Fast Consulting	$63
ViewStats Research	$54
Institute of Public Administration of Canada	$54
Berger, Earl	$38
Youth Culture	$37
Bélisle Marketing Ltée	$26
Infocus	$25
Brenda Buchanan	$25
Venture Communications	$25
Plan-it safe (CHEO)	$25
Akwatu Khenti	$25
SQM Group	$25
Hall & Hall Associates Limited	$25
D-Code	$25
Corum Research	$25
Istudio Canada Inc.	$25
Prairie Research Associates Inc.	$25
Ad Hoc Marketing	$25
Service-Growth Consultants Inc.	$25
Echo Sondage	$24
Canadian Energy Research Institute	$24

Table Two (Continued)

Firm	Thousands of Dollars
Landal Inc.	$23
Bristol Group	$22
In-Touch Survey Systems	$22
The Logit Group	$22
Thinklounge	$21
York University's Institute for Social Research	$21
Totum Research	$21
Harley House Consultants Inc.	$21
HRSG Worscan	$20
Jacques Belzile	$20
Learneze.com	$19
Northstar Research Partners	$19
Innovative Management Solutions	$16
Queen's University	$15
Canadian Labour and Business Centre	$15
Catherine MacFarlane Evaluation Consultant	$15
Opinion Search Inc.	$13
Goss, Gilroy & Associates	$12
Rencontres Int. du doc. de Montréal	$11
Seer Research & Marketing	$10
Nielsen Media Research	$9
Omnifacts Research	$8
Market Explorers	$8
IBR Consulting Services Ltd.	$8
Réseau des SADC du Québec	$6

Table Two (Continued)

Firm	Thousands of Dollars
Criterion Research Corp	$6
HLB Decision Economics Inc.	$5
Sondages Ad Valorem (SAV) inc.	$5
Viewpoints Research	$5
Oraclepoll	$5
Performance Management Network	$5
Vision Research - Darmonkow Comunication	$3
The RDI Group	$3

Table Three

Syndicated Studies by Firm	
Firm and Study Title	**Total Dollars for All Departmental Subscriptions (thousands of dollars)**
Ekos Research Associates	**$1,639**
Rethinking the Information Highway	$471
Rethinking Government	$423
Rethinking North American Integration	$254
Rethinking Citizen Engagement	$170
Emerging Canadian Perspectives on Innovation	$150
Perceptions Regarding Family Violence	$107
Public Security Monitor	$64
Ipsos-Reid	**$909**
Reconnecting Government with Youth	$246
Public Safety in the New Millennium	$150
Ipsos-Reid Trend Report	$124
New Thoughts for Food	$72
Public Views Regarding Aboriginal Peoples	$65
Options for Western Canada	$50
Alberta Reid Report	$44
BC Reid Report	$42
Ipsos-Reid Farm Management Practices Benchmark	$27
World Monitor	$21
Ontario Reid Report	$21
2002 Canadians and the Economy	$16
Wheat Market Watch	$14
2002 Small Scale Operator Study	$11
The Canadian Inter@ctive Reid Report	$5

Table Three (Continued)

Firm and Study Title	Total Dollars for All Departmental Subscriptions (thousands of dollars)
Environics Research Group	**$400**
Focus Canada	$226
National Pulse on Health Strategy	$139
North of 60 Syndicated Study	$24
Focus Ontario	$11
CROP	**$228**
3SC	$222
CROP-Express	$6
Perspectives Canada Ltd.	**$169**
Perspectives Canada	$169
Créatec +	**$150**
Québec 360	$150
Compas Research	**$137**
Compas Business Agenda	$137
Environics International Ltd.	**$135**
Environmental Monitor	$92
Corporate Social Responsibility Monitor	$23
Globe Scan Report	$19
Goldfarb Consultants	**$70**
Goldfarb Report	$70
Institute of Public Administration of Canada	**$54**
Citizens First 2002: Advancing Citizen-Centred Service in the Public Sector	$54
Conference Board of Canada	**$30**
Monthly Index of Consumer Attitudes	$30
The Logit Group	**$22**
Campus Pulse: Understanding Young Adults	$22

Table Three (Continued)

Firm and Study Title	Total Dollars for All Departmental Subscriptions (thousands of dollars)
Youth Culture	**$21**
Trendscan: Report on Teen Lifestyles Wave 2	$21
Corporate Research Associates	**$14**
Atlantic Omnibus Report	$14
PriceWaterhouseCoopers	**$13**
Health Insider Report	$13
Decima Research	**$11**
Sport Canada Research on the Canada Winter Games	$11
Nielsen Media Research	**$9**
Nielsen Television Index	$9
IBR Consulting Services	**$9**
IBR Consulting Syndicated Studies	$9

Communication Canada

La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

Rapport annuel

2001-2002

Communication Canada

Canada

Rapport annuel

La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

2001-2002

préparé par Communication Canada

Direction générale de la recherche

Research Branch

Publié par Communication Canada
Août 2002

Pour information, veuillez communiquer avec
la Direction générale de la recherche au (613) 943-5130
Version Internet : http://www.communication.gc.ca

Numéro de catalogue : PF1-1/2002

ISBN : 0-662-66613-5

Nota : Dans le présent document, les mots de genre masculin appliqués aux personnes désignent les hommes et les femmes.

Message du Ministre

J'ai le plaisir de vous présenter le premier rapport annuel résumant les projets de recherche sur l'opinion publique entrepris par les ministères et les organismes gouvernementaux. Ce rapport donne un aperçu du vaste éventail de projets que le gouvernement a menés, au cours de la dernière année, pour que les politiques, les programmes et les services répondent mieux aux besoins de tous les Canadiens.

Communication Canada exerce la surveillance de la gestion et l'expertise nécessaire en ce qui a trait à toutes les recherches sur l'opinion publique effectuées par le gouvernement. Nous aidons les ministères et organismes tout au long du processus, pour qu'ils atteignent leurs objectifs de recherche et que ces recherches soient conformes aux politiques du gouvernement du Canada et aux normes du secteur de l'étude de marché. Communication Canada facilite également l'accès aux résultats des recherches et fait la promotion du partage des résultats et des meilleures pratiques dans le milieu de la recherche gouvernementale.

En matière de recherche, notre rôle central est essentiel à la réalisation du mandat de Communication Canada qui est d'améliorer les communications entre le gouvernement et les Canadiens. Les initiatives de recherche réalisées dans les ministères et les organismes soutiennent la volonté du gouvernement qui est de consulter les Canadiens et de favoriser leur engagement afin d'améliorer les services et d'élaborer des politiques et des programmes pertinents.

La recherche sur l'opinion publique est essentielle à la politique publique et à l'élaboration de programmes. Considérer les points de vue des Canadiens contribue à assurer que les politiques, les programmes et les services reflètent leurs valeurs et qu'ils répondent à leurs besoins.

J'espère que l'aperçu ci-joint des divers projets de recherche entrepris au gouvernement du Canada saura vous être utile et vous informer.

Ralph Goodale
Ministre responsable de Communication Canada

Table des matières

Introduction 9

LA RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE
AU GOUVERNEMENT DU CANADA

Grandes lignes de la recherche sur l'opinion publique 14

Détail de la recherche sur l'opinion publique 19

Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique 21

Études multiclients 25

Accès au savoir-faire 28

Perspectives : Recherche sur l'opinion publique - Enjeux du prochain exercice 31

Tableaux en annexe 33

Introduction

L'écoute constitue un volet essentiel de la communication. Être à l'écoute signifie qu'on se soucie des besoins et de l'opinion de ceux avec qui l'on communique, de façon à pouvoir répondre à leurs besoins, à communiquer avec eux par des moyens qui leur permettront d'entendre ce qu'on a à dire, à vérifier si le message a été entendu et à pratiquer l'écoute active. La recherche sur l'opinion publique joue un rôle essentiel pour le gouvernement du Canada parce qu'elle constitue l'un des moyens qu'il met en œuvre pour être à l'écoute des Canadiens.

Communication Canada est enchanté de présenter le premier rapport annuel concernant la recherche sur l'opinion publique au sein du gouvernement du Canada. Investi du mandat d'améliorer les communications entre le gouvernement du Canada et les Canadiens, Communication Canada joue un rôle de premier ordre dans la coordination des études sur l'opinion publique au sein du gouvernement. Le présent rapport donne un aperçu du nombre croissant de projets de recherche coordonnés par le Ministère pour aider les autres ministères et organismes à répondre à leurs besoins en cette matière. Il dégage également les tendances de la recherche sur l'opinion publique au sein du gouvernement.

Au cours de l'exercice, Communication Canada a coordonné, pour le compte du gouvernement, 686 projets de recherche* dont le coût total s'élève à 26,2 millions de dollars. Les études multiclients auxquelles souscrivent les ministères représentent 4 millions de dollars, les 22,2 millions restants étant consacrés à des études personnalisées. Au cours de l'exercice, le gouvernement a fait affaire avec 83 sociétés pour sa recherche sur l'opinion publique.

Communication Canada

Comme l'énonce la nouvelle Politique de communication du gouvernement du Canada, qui est entrée en vigueur le 1er avril 2002, Communication Canada est l'organisme qui constitue l'autorité technique et qui se charge de coordonner les recherches sur l'opinion publique effectuées par le gouvernement du Canada. À ce titre, la Direction générale de la recherche, par le biais de la Direction de la coordination et des avis conseils : Recherche sur l'opinion publique (DCACROP), facilite les études sur l'opinion publique en orientant les ministères pendant tout le processus de recherche de façon à s'assurer qu'ils atteignent leurs objectifs.

La Direction générale de la recherche entreprend également de la recherche sur les communications, notamment les enquêtes sur les communications gouvernementales : *À l'écoute des Canadiens*, trois fois par an. Les résultats de ces enquêtes sont diffusés à l'ensemble du gouvernement pour faciliter la compréhension des tendances, des événements et des enjeux sociaux ayant une incidence sur les communications gouvernementales. Les rapports produits à partir des enquêtes *À l'écoute des Canadiens* sont disponibles sur le site Web de Communication Canada.

* Dans le présent rapport, les chiffres sont fondés sur l'information fournie à Communication Canada par les ministères pour les projets recensés et considérés comme de la recherche sur l'opinion publique selon la définition figurant dans la Politique de communication du gouvernement du Canada.

Ressources et outils pour la recherche sur l'opinion publique

Les conseillers de Communication Canada sont prêts à aider les ministères dans leur travail pour résoudre tout problème inhérent à la recherche sur l'opinion publique. Il existe par ailleurs plusieurs outils et ressources qui ont été créés pour faciliter la recherche sur l'opinion publique au sein du gouvernement. On trouvera ci-après une brève description de chacune de ces ressources.

Guide d'orientation

Recherche sur l'opinion publique au sein du gouvernement du Canada : Un guide d'orientation constitue une ressource pour tout employé du gouvernement du Canada participant à une étude sur l'opinion publique. Essentiellement, le guide explique la marche à suivre et présente les acteurs appelés à participer aux études sur l'opinion publique au sein du gouvernement. Ce guide devrait rendre plus clair le processus d'exécution de la recherche sur l'opinion publique.

On y trouve une définition de ce qu'est la recherche sur l'opinion publique aux fins de la procédure gouvernementale de passation de marché, mais aussi une définition des types de recherche qui ne sont pas considérés comme de la recherche sur l'opinion publique.

Plusieurs organisations différentes participent à la recherche sur l'opinion publique au sein du gouvernement, dont le ministère ou l'organisme client, Communication Canada, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada et la maison de recherche. Les lecteurs du guide trouveront une explication concernant le rôle de chacun de ces organismes dans le processus.

Le guide présente les grandes lignes d'un sommaire de projet et une description du système de planification de la recherche sur l'opinion publique et des annonces publicitaires. Il comporte une section qui définit les pratiques exemplaires que devraient observer les fonctionnaires à chaque étape du processus de recherche. Le guide est accessible par voie électronique sur le site extranet CommNET (http://commnet.gc.ca) et on peut en obtenir une copie papier en s'adressant à la Direction générale de la recherche de Communication Canada.

Recherche sur l'opinion publique au site CommNet

CommNet est un site extranet de Communication Canada qui s'adresse aux communicateurs du gouvernement. Il renferme une section concernant la recherche sur l'opinion publique que tous les fonctionnaires participant à cette activité devraient trouver utile. Le site comprend une liste des conseillers et indique le ministère ou l'organisme avec lequel collabore chacun d'entre eux, de même qu'une liste consultable de plus de 2 500 études sur l'opinion publique réalisées pour le compte du gouvernement du Canada depuis 1994, et déposées à la Bibliothèque nationale du Canada et à la Bibliothèque du Parlement. Cette liste est mise à jour régulièrement. On peut obtenir un exemplaire de ces études auprès de bibliothèques ministérielles ou locales par l'entremise du prêt interbibliothèques. Ces études sont aussi disponibles auprès de Communication Canada.

Le site renferme également plusieurs sections s'adressant à ceux pour qui le processus de recherche sur l'opinion publique est nouveau. Les utilisateurs du site trouveront un aperçu des résumés concernant la recherche sur l'opinion publique qu'ils doivent établir chaque fois qu'un ministère désire mettre en place un contrat de recherche sur l'opinion publique.

Enfin, sur le site, un lien mène à une section du site Web de Communication Canada dédiée aux enquêtes sur les communications de la Direction générale de la recherche. La Direction générale de la recherche de Communication Canada entreprend des enquêtes en communication comme *Enjeux et défis de communication des Canadiens et des Canadiennes peu alphabétisés* et *À l'écoute des Canadiens*.

Accès en ligne aux projets

Parmi les employés du gouvernement, on assiste à une hausse des demandes visant à faciliter l'accès, de préférence en ligne, aux études personnalisées sur l'opinion publique menées par les ministères et organismes. C'est pourquoi Communication Canada élabore présentement un projet pilote pour un nouveau processus en ligne. Dans le cadre de ce processus, les ministères et organismes présenteraient par voie électronique les éléments d'information sur les études qu'ils envisagent. Les employés de la fonction publique seraient en mesure d'avoir accès à des résumés de ces projets par le biais d'un site extranet.

Comités et groupes relatifs à la recherche sur l'opinion publique

Le comité des directeurs généraux relatif à la recherche sur l'opinion publique

Au printemps 2001, les directeurs généraux des communications ont fondé un comité relatif à la recherche sur l'opinion publique. Le comité est présidé par Sheila Watkins, directrice générale des Communications de Santé Canada, et Laurent Marcoux, directeur général de la Recherche de Communication Canada. Le mandat du comité est d'améliorer le processus de recherche sur l'opinion publique et de faciliter la diffusion des résultats des études entre les ministères et organismes.

Groupe de travail en recherche sur l'opinion publique

Le groupe de travail en recherche sur l'opinion publique est constitué principalement des coordonnateurs ministériels de la recherche sur l'opinion publique. Le groupe de travail offre une tribune où l'on débat d'un large éventail d'enjeux et où les intervenants mettent en commun des stratégies permettant de résoudre les problèmes communs qui se présentent au cours de la recherche. Parmi les sujets abordés au cours de l'exercice, mentionnons la nouvelle Politique sur les communications du gouvernement adoptée par le Secrétariat du Conseil du Trésor et l'Initiative d'amélioration des services. Des questions pratiques comme la disponibilité de nouvelles offres permanentes et d'autres outils pour la recherche sur l'opinion publique, sont aussi analysées régulièrement. Le groupe de travail se réunit tous les deux à trois mois.

La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

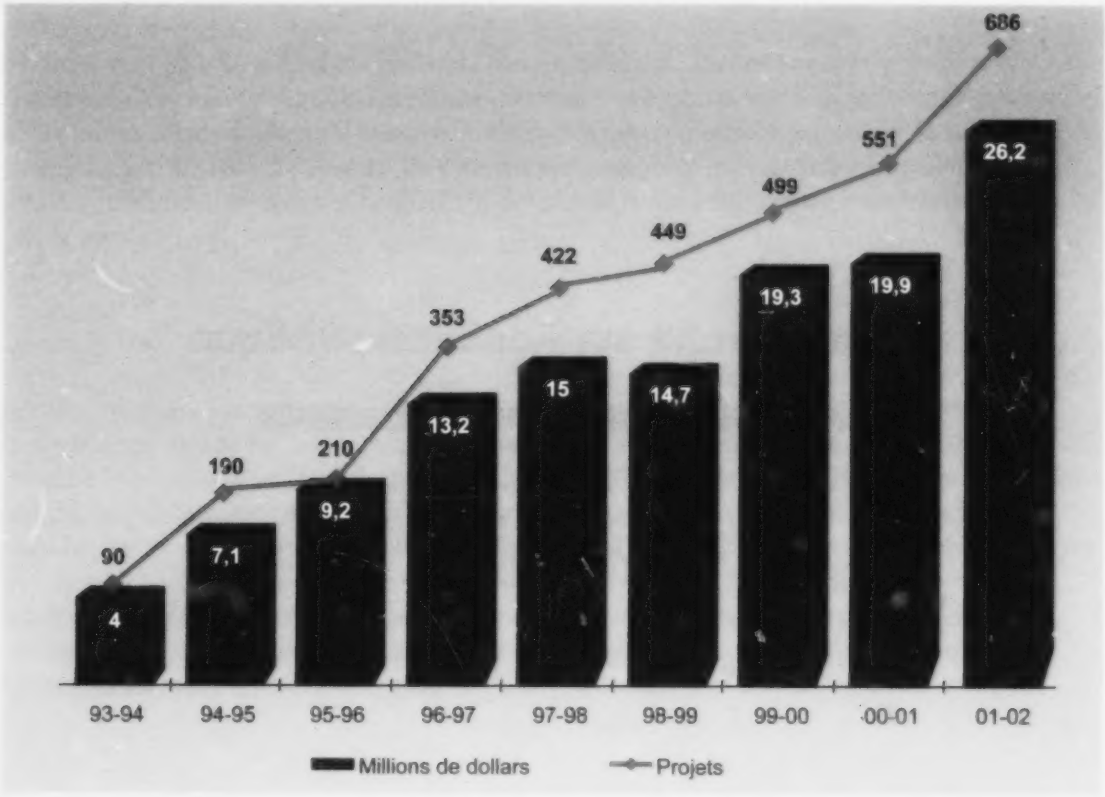
2001-2002

Aperçu

La présente section du rapport fait état du volume, de l'intérêt et des types de recherches sur l'opinion publique réalisées par les ministères et organismes du gouvernement du Canada et coordonnées par Communication Canada du 1er avril 2001 au 31 mars 2002. Elle résume les études menées par les ministères et organismes et dresse la liste des maisons de recherche auxquelles ils font appel. Le rapport donne une idée de certains des grands enjeux auxquels feront face les responsables de la recherche gouvernementale dans les mois et années à venir.

Grandes lignes de la recherche sur l'opinion publique

Coût annuel total et nombre de projets de recherche sur l'opinion publique



Le gouvernement du Canada recueille systématiquement de l'information sur un large éventail de sujets afin de faciliter la prise de décisions, et les recherches sur l'opinion publique constituent l'une des méthodes utilisées pour comprendre les points de vue et les attentes des citoyens et des divers segments de population. Le recours aux recherches sur l'opinion publique permet au gouvernement du Canada de consulter la population et d'engager le dialogue avec les Canadiens et divers segments de population dans les domaines de la communication, de la politique publique et de l'élaboration de programmes, de même qu'en ce qui a trait à l'évaluation des services.

L'importance accordée par le gouvernement du Canada à l'écoute des Canadiens est clairement mise en évidence par l'accroissement régulier du nombre d'études sur l'opinion publique au cours de la dernière décennie. Pour l'exercice financier de 2001-2002, le coût total des projets de recherche sur l'opinion publique coordonnés par Communication Canada a été de 26,2 millions de dollars. Ce montant représente un accroissement de 31 % des coûts investis dans la recherche sur l'opinion publique et une augmentation de plus de 6 millions de dollars comparativement au montant dépensé pour l'exercice 2000-2001.

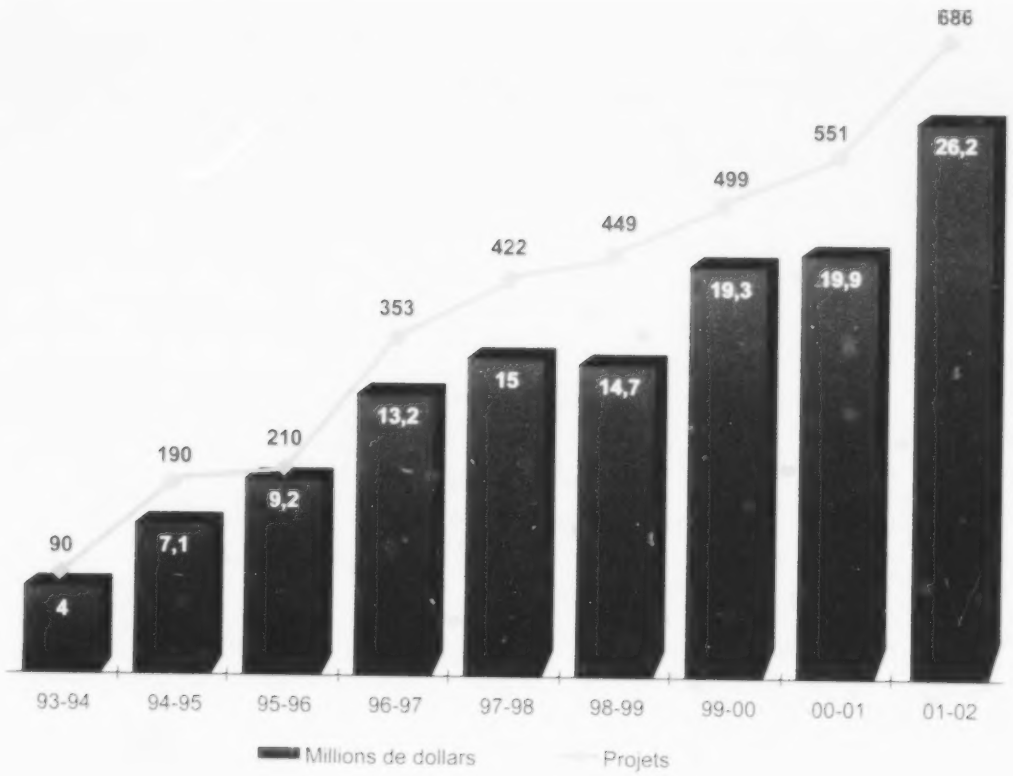
Cette hausse des dépenses en recherche sur l'opinion publique peut être liée à l'importance qu'accorde actuellement le gouvernement du Canada à une livraison des services axée sur les citoyens, à la nouvelle Politique de communication qui insiste sur la consultation publique, à répondre aux besoins des Canadiens par le biais d'initiatives gouvernementales en ligne, ainsi qu'à mesurer les niveaux de satisfaction de la clientèle pour les services du gouvernement.

Classement des ministères

Classement des ministères pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique		
Ministère	**Milliers de dollars**	**Nombre de projets**
Santé Canada	4 036 $	88
Développement des ressources humaines Canada	2 614 $	62
Communication Canada	2 117 $	70
Industrie Canada	1 834 $	54
Environnement Canada	1 343 $	36
Patrimoine canadien	1 288 $	36
Secrétariat du Conseil du Trésor	1 228 $	16
Affaires étrangères et Commerce international	867 $	18
Ressources naturelles Canada	847 $	32
Justice Canada	810 $	21

Sept ministères ont investi chacun un million de dollars ou plus au cours de l'exercice dans la recherche sur l'opinion publique. Santé Canada arrive au premier rang, suivi de Développement des ressources humaines Canada, de Communication Canada, d'Industrie Canada, d'Environnement Canada, de Patrimoine canadien et du Secrétariat du Conseil du Trésor. Les trois ministères qui font partie des dix premiers, mais qui ont investi moins d'un million de dollars chacun dans la recherche sur l'opinion publique sont Affaires étrangères et Commerce international, Ressources naturelles Canada et Justice Canada.

Grandes lignes de la recherche sur l'opinion publique



Le gouvernement du Canada recueille systématiquement de l'information sur un large éventail de sujets afin de faciliter la prise de décisions, et les recherches sur l'opinion publique constituent l'une des méthodes utilisées pour comprendre les points de vue et les attentes des citoyens et des divers segments de population. Le recours aux recherches sur l'opinion publique permet au gouvernement du Canada de consulter la population et d'engager le dialogue avec les Canadiens et divers segments de population dans les domaines de la communication, de la politique publique et de l'élaboration de programmes, de même qu'en ce qui a trait à l'évaluation des services.

L'importance accordée par le gouvernement du Canada à l'écoute des Canadiens est clairement mise en évidence par l'accroissement régulier du nombre d'études sur l'opinion publique au cours de la dernière décennie. Pour l'exercice financier de 2001-2002, le coût total des projets de recherche sur l'opinion publique coordonnés par Communication Canada a été de 26,2 millions de dollars. Ce montant représente un accroissement de 31 % des coûts investis dans la recherche sur l'opinion publique et une augmentation de plus de 6 millions de dollars comparativement au montant dépensé pour l'exercice 2000-2001.

Cette hausse des dépenses en recherche sur l'opinion publique peut être liée à l'importance qu'accorde actuellement le gouvernement du Canada à une livraison des services axée sur les citoyens, à la nouvelle Politique de communication qui insiste sur la consultation publique, à répondre aux besoins des Canadiens par le biais d'initiatives gouvernementales en ligne, ainsi qu'à mesurer les niveaux de satisfaction de la clientèle pour les services du gouvernement.

Classement des ministères

Classement des ministères pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique		
Ministère	**Milliers de dollars**	**Nombre de projets**
Santé Canada	4 036 $	88
Développement des ressources humaines Canada	2 614 $	62
Communication Canada	2 117 $	70
Industrie Canada	1 834 $	54
Environnement Canada	1 343 $	36
Patrimoine canadien	1 288 $	36
Secrétariat du Conseil du Trésor	1 228 $	16
Affaires étrangères et Commerce international	867 $	18
Ressources naturelles Canada	847 $	32
Justice Canada	810 $	21

Sept ministères ont investi chacun un million de dollars ou plus au cours de l'exercice dans la recherche sur l'opinion publique. Santé Canada arrive au premier rang, suivi de Développement des ressources humaines Canada, de Communication Canada, d'Industrie Canada, d'Environnement Canada, de Patrimoine canadien et du Secrétariat du Conseil du Trésor. Les trois ministères qui font partie des dix premiers, mais qui ont investi moins d'un million de dollars chacun dans la recherche sur l'opinion publique sont Affaires étrangères et Commerce international, Ressources naturelles Canada et Justice Canada.

Recherche sur l'opinion publique dans les ministères

Ministère	1999-2000		2000-2001		2001-2002	
	Montant	Projets	Montant	Projets	Montant	Projets
Santé Canada	2 419 $	46	2 300 $	62	4 036 $	88
Développement des ressources humaines Canada	3 100 $	87	2 556 $	68	2 614 $	62
Communication Canada	1 128 $	18	2 105 $	60	2 117 $	70
Industrie Canada	1 057 $	36	1 439 $	46	1 834 $	54
Environnement Canada	375 $	16	810 $	24	1 343 $	36
Patrimoine canadien	679 $	24	849 $	29	1 288 $	36
Secrétariat du Conseil du Trésor	1 030 $	26	1 027 $	17	1 228 $	16
Affaires étrangères et Commerce international	555 $	13	514 $	17	867 $	18
Ressources naturelles Canada	601 $	24	387 $	13	847 $	32
Justice Canada	1 102 $	21	626 $	19	810 $	21

Huit ministères ont accru leur investissement dans la recherche sur l'opinion publique au cours des deux derniers exercices : Santé Canada, Communication Canada, Industrie Canada, Environnement Canada, Patrimoine canadien, le Secrétariat du Conseil du Trésor, Affaires étrangères et Commerce international et Ressources naturelles Canada. Justice Canada de même que Développement des ressources humaines Canada investissent moins à l'heure actuelle dans la recherche sur l'opinion publique qu'il y a deux ans.

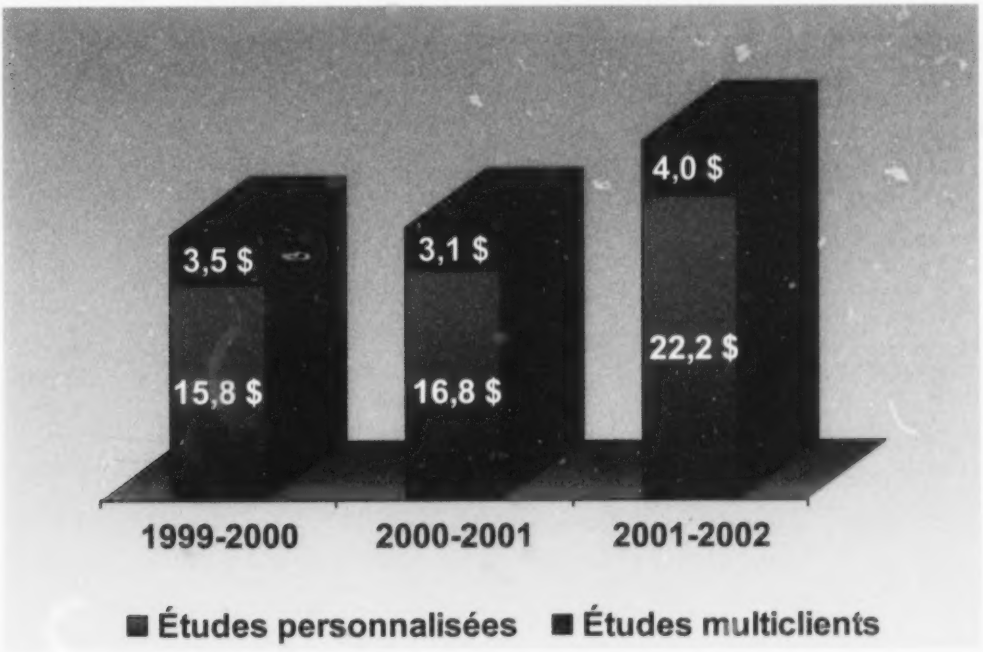
Recherche sur l'opinion publique dans les ministères

Dépenses en recherche sur l'opinion publique 1999-2002 (milliers de dollars)						
Ministère	1999-2000		2000-2001		2001-2002	
	Montant	Projets	Montant	Projets	Montant	Projets
Santé Canada	2 419 $	45	2 300 $	62	4 036 $	88
Développement des ressources humaines Canada	3 100 $	87	2 556 $	68	2 614 $	62
Communication Canada	1 128 $	18	2 105 $	60	2 117 $	70
Industrie Canada	1 057 $	36	1 439 $	45	1 834 $	54
Environnement Canada	375 $	16	810 $	24	1 343 $	36
Patrimoine canadien	679 $	24	849 $	29	1 288 $	36
Secrétariat du Conseil du Trésor	1 030 $	26	1 027 $	17	1 228 $	16
Affaires étrangères et Commerce international	555 $	13	514 $	17	867 $	18
Ressources naturelles Canada	601 $	24	387 $	13	847 $	32
Justice Canada	1 102 $	21	626 $	19	810 $	21

Huit ministères ont accru leur investissement dans la recherche sur l'opinion publique au cours des deux derniers exercices : Santé Canada, Communication Canada, Industrie Canada, Environnement Canada, Patrimoine canadien, le Secrétariat du Conseil du Trésor, Affaires étrangères et Commerce international et Ressources naturelles Canada. Justice Canada de même que Développement des ressources humaines Canada investissent moins à l'heure actuelle dans la recherche sur l'opinion publique qu'il y a deux ans.

Études personnalisées ou études multiclients

Comparaison entre les études personnalisées et les études multiclients (millions de dollars)

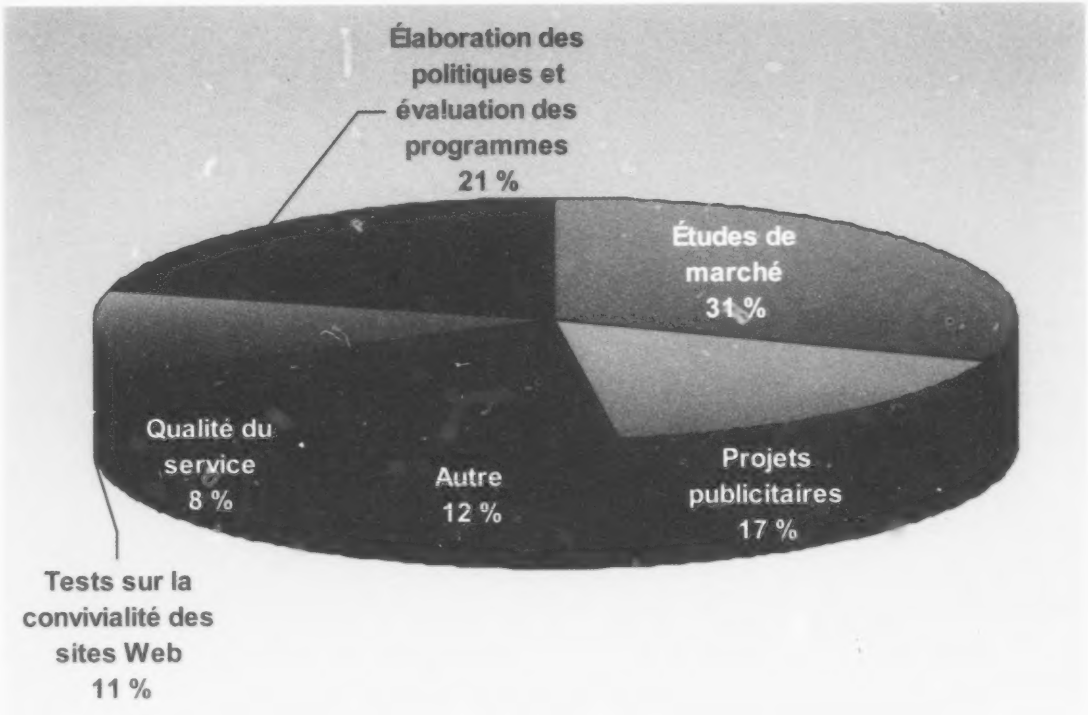


Les études personnalisées sur l'opinion publique sont des études commandées par un organisme à une maison de recherche. Le produit est « personnalisé » pour répondre aux besoins particuliers du ministère ou de l'organisme client. Une fois l'étude livrée, le ministère en possède les droits d'auteur et toutes les données produites par le projet peuvent être échangées avec d'autres. En revanche, les maisons de recherche demeurent propriétaires des droits d'auteur des études multiclients. Les ministères s'abonnent à ces études et ne peuvent partager les résultats avec d'autres ministères.

La recherche personnalisée continue de représenter la grande majorité des études du gouvernement sur l'opinion publique. Le coût des études multiclients s'est accru, passant de 3,1 millions de dollars en 2000-2001 à tout juste un peu plus de quatre millions de dollars au cours de l'exercice (on trouvera un complément d'information sur les études multiclients à la page 25 de ce rapport). Le coût des études personnalisées a augmenté de 6,3 millions de dollars par rapport au montant d'il y a deux ans.

Type de recherche

Type de recherche en tant que pourcentage du coût total de la recherche sur l'opinion publique

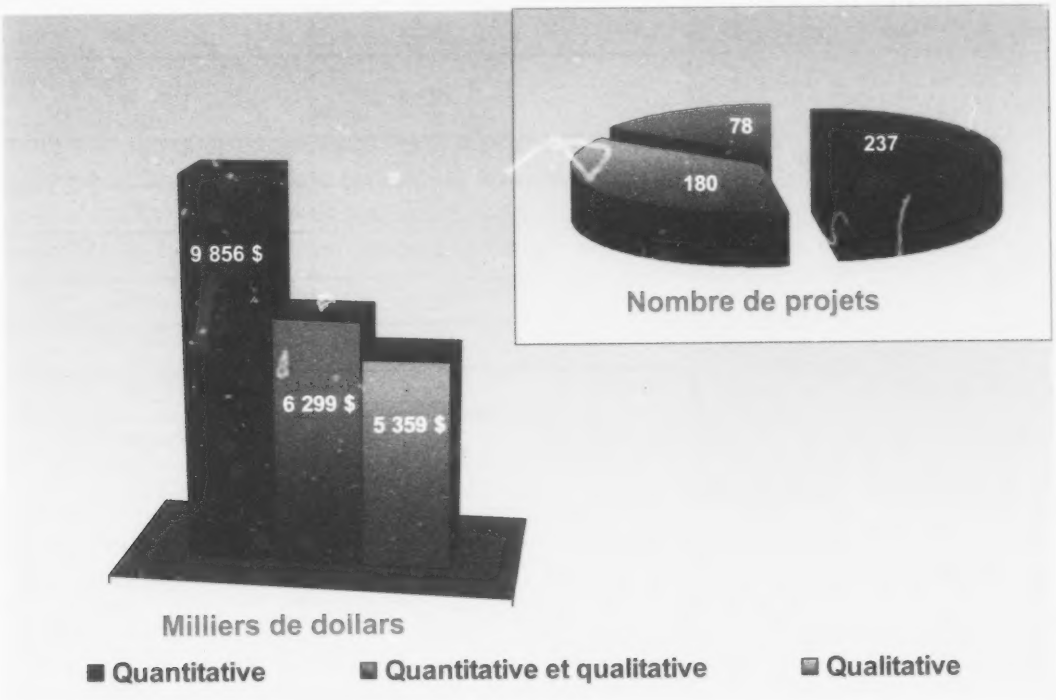

Élaboration des politiques et évaluation des programmes 21 %
Études de marché 31 %
Projets publicitaires 17 %
Autre 12 %
Qualité du service 8 %
Tests sur la convivialité des sites Web 11 %

La recherche sur l'opinion publique menée par le gouvernement du Canada porte sur des sujets assez variés. Les études de marché, qui incluent des projets tels que le travail sur le terrain pour les enquêtes sur les communications de Communication Canada, constituent nettement le type de projets de recherche le plus courant. Sous la rubrique Élaboration des politiques et évaluation des programmes, on trouve des enquêtes comme l'*Enquête de suivi de la population active* de Développement des ressources humaines Canada, dont le coût s'élève à 4,6 millions de dollars. Il convient de mentionner que la partie évaluation du programme de ce type d'études est constituée exclusivement du volet recherche sur l'opinion publique de l'évaluation de programmes. Parmi les autres types de recherche auxquels on a eu beaucoup recours pendant l'exercice, mentionnons la recherche se rapportant aux projets publicitaires (3,7 millions de dollars), aux projets sur la qualité du service (1,8 million de dollars) et aux tests sur la convivialité des sites Web (2,4 millions de dollars).

Détail de la recherche sur l'opinion publique

Méthodes de recherche

Méthodes utilisées pour la recherche sur l'opinion publique



Les projets de recherche sur l'opinion publique font appel à diverses méthodes. Les méthodes de recherche quantitative (enquêtes téléphoniques dans la vaste majorité des cas) représentent près de 10 millions de dollars, soit 46 % du nombre total d'études personnalisées. Les projets qui utilisent des méthodes de recherche qualitative, comme les groupes de discussion et les entretiens en profondeur, représentent 35 % de l'ensemble des projets de recherche, mais seulement 25 % du coût total. Il est intéressant de signaler que, dans l'ensemble, les techniques de recherche qualitative ont tendance à être moins coûteuses que les méthodes de recherche quantitative, bien que les résultats de la première méthode ne puissent être généralisés à l'ensemble de la population. Une autre tranche de 15 % de tous les projets de recherche personnalisée (nombre total de projets) fait appel aux méthodes de recherche quantitative et qualitative.

Populations cibles

Populations cibles de la recherche sur l'opinion publique		
Population cible	**Coût total des projets (milliers de dollars)**	**Nombre de projets**
Population générale	13 154 $	335
Secteur industriel, milieu des affaires ou professionnels	1 222 $	39
Fonctionnaires	1 081 $	22
Canadiens engagés	971 $	23
Autochtones	622 $	15
Partenaires/Intervenants	526 $	18
Clients	484 $	13
Personnes âgées	76 $	3
Immigrants	40 $	2
Autres	7 171 $	197

Les recherches effectuées pour le gouvernement du Canada au cours de l'exercice ont porté sur une large variété de populations cibles (personnes interrogées ou étudiées dans le cadre d'un projet de recherche particulier). La majorité des projets ont porté sur l'ensemble de la population canadienne, mais d'autres études se sont intéressées à une large variété de groupes allant des personnes âgées aux immigrants. La catégorie « autres » élargit encore davantage cette liste et comprend des groupes aussi diversifiés que les résidents ruraux, les agriculteurs, les Canadiens au chômage, les parents ayant des enfants sous leur toit, les anciens combattants, les utilisateurs de carte de débit, les leaders d'opinion et les médecins, pour n'en nommer que quelques-uns.

Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique

Chaque année, le gouvernement mène un large éventail d'études sur l'opinion publique portant sur une variété de sujets pratiquement illimitée. Cette section du rapport donne une idée du large éventail d'enjeux et de thèmes.

Santé Canada

Bien qu'une proportion importante des études de l'exercice se rattache à la Stratégie fédérale de lutte contre le tabagisme et aux campagnes de marketing social qui y sont liées, une large gamme d'études qualitatives et quantitatives ont été réalisées au chapitre de la promotion et de la protection de la santé sur des questions comme :

- le diabète
- l'hépatite C
- l'étiquetage nutritionnel
- le don d'organes et de tissus
- le syndrome de la mort subite du nourrisson
- le cancer du sein
- la procréation médicalement assistée
- la violence familiale
- le syndrome d'alcoolisme fœtal
- la pollution atmosphérique

Ces études ont été menées auprès de nombreuses populations cibles différentes et dans des buts différents, de l'évaluation de l'incidence en matière de communication d'éventuels nouveaux messages, produits et campagnes publicitaires, jusqu'à la recherche en vue de comprendre comment les éventuels changements de politique pourraient se répercuter sur les attitudes, les motivations et les comportements du public en général.

Développement des ressources humaines Canada

Développement des ressources humaines Canada a eu des projets ciblés dans les vastes domaines des compétences et de l'apprentissage, de la sécurité du revenu, de l'assurance-emploi et de la main-d'œuvre, ainsi que des projets qui ont fait progresser l'initiative Gouvernement en direct pour rendre accessibles les programmes, services et publications du gouvernement du Canada sur l'Internet.

Plusieurs projets se sont attachés notamment à évaluer l'incidence des éléments de la Stratégie emploi jeunesse du Canada, d'autres ont porté sur l'évaluation de la politique et des communications dans les domaines de l'information relative au marché du travail, à la prestation fiscale canadienne pour enfants, aux compétences et à l'apprentissage.

On s'est efforcé également de vérifier la convivialité des sites Web et de tester la conception et l'utilisation des sites Web et des groupes de sites. Les populations cibles à l'étude représentent tout l'éventail de la société canadienne, depuis les jeunes à risque jusqu'aux pensionnés, en passant par les parents et les étudiants universitaires.

Communication Canada

La plupart des projets ont été axés sur la collecte de données de l'enquête sur les communications de la Direction générale de la recherche, *À l'écoute des Canadiens*. En outre, le Ministère a effectué de la recherche sur une variété d'annonces publicitaires du gouvernement, notamment *Une communauté pour tous*. Communication Canada a également entrepris cinq projets mettant l'accent sur la qualité du service en relation avec le Pavillon du Canada.

Industrie Canada

Industrie Canada a eu des projets convergeant sur plusieurs grands domaines : élaboration de la politique et des communications pour le programme d'innovation du gouvernement du Canada; progrès de l'initiative Gouvernement en direct; évaluation des besoins des petites et moyennes entreprises et protection des consommateurs.

Certains projets particuliers visaient à évaluer l'attitude du public à l'égard de l'évolution du marché de l'électricité, de la biotechnologie et des services de cartes de débit; on a fait des recherches pour faire en sorte que les éléments du Portail des affaires et de la Passerelle d'information pour le consommateur canadien atteignent le maximum d'efficacité sur le plan de la communication, ainsi que des vérifications de la convivialité de nombreux sites Web. Les populations cibles variaient, depuis l'ensemble de la population jusqu'aux petites entreprises en passant par les chefs de file de l'industrie.

Environnement Canada

Les recherches d'Environnement Canada ont porté sur diverses questions. Des études de suivi ont été menées pour surveiller l'attitude du public à l'égard du changement climatique. Une vaste enquête auprès des Canadiens a été entreprise pour mesurer l'utilisation des produits et services météorologiques et la satisfaction de la clientèle. En outre, plusieurs enquêtes ont été menées auprès de résidents vivant à des endroits où des urgences-météo avaient été émises quelques jours avant le sondage. En pareil cas, le but était d'évaluer la mesure dans laquelle les gens se rappelaient les urgences-météo et de recueillir l'information sur le comportement réel des gens après l'émission d'une urgence-météo.

Points saillants de la recherche

Au cours de l'exercice, le gouvernement du Canada a mené plusieurs études sur l'opinion publique. Une brève description de certaines de ces études dignes de mention est présentée ci-dessous. Elles varient, depuis les sondages en ligne jusqu'aux études portant sur la cohésion sociale dans la foulée des événements du 11 septembre 2001.

Études en ligne

Deux des projets réalisés en ligne durant l'exercice ont trait à la présence du gouvernement du Canada sur l'Internet. En janvier 2001, le gouvernement a remanié le site du Canada (http://canada.gc.ca), soit le principal portail de l'Internet pour obtenir de l'information sur les programmes et services du gouvernement. La recherche a fait appel à la fois à des méthodes qualitatives et quantitatives pour déterminer la meilleure conception pour les pages d'accueil des portails destinés aux Canadiens.

Une seconde étude liée à l'Internet a été réalisée par les quatre ministères responsables des ressources naturelles (Environnement Canada, Ressources naturelles Canada, Pêches et Océans Canada et Agriculture et Agroalimentaire Canada) et Santé Canada, lesquels ont formé un partenariat pour élaborer le Regroupement Environnement, Ressources naturelles, Pêches et Agriculture (ERNPA) sur le site du Canada. L'objet du regroupement est de créer un portail Web où les Canadiens peuvent se rendre pour trouver des renseignements sur le développement durable. Le projet de recherche a été réalisé en vue de déterminer la réaction du public au regroupement envisagé.

Étude sur la migration des jeunes de milieux ruraux

Agriculture et Agroalimentaire Canada a réalisé une étude sur la migration des jeunes de milieux ruraux pour le compte du Partenariat rural canadien, qui est composé de ministères fédéraux et d'autres intervenants du milieu rural. Le Partenariat rural canadien a pour vocation de s'assurer que les politiques, les activités et les programmes fédéraux apportent une aide aux collectivités rurales. Dans le cadre de l'étude, on a interrogé des jeunes de milieux ruraux sur leurs aspirations et on leur a demandé quelles étaient leurs possibilités sur le plan de l'éducation et de l'emploi et à quel endroit ils préféreraient vivre. On a demandé à des leaders de la collectivité de donner leur point de vue sur la nécessité des études postsecondaires, les possibilités de création d'emploi pour les jeunes, l'appui aux possibilités d'emploi autonome pour les jeunes entrepreneurs et la disponibilité d'autres ressources communautaires pour les jeunes de milieux ruraux.

Assemblées publiques de Statistique Canada

On a organisé plusieurs assemblées publiques et des groupes de discussion pour aider Statistique Canada à choisir son orientation concernant la possibilité de modifier la *Loi sur la statistique* pour rendre accessibles au public des données historiques sur le recensement. Le but de la recherche était de s'assurer que, si l'on donne accès aux données historiques de recensement, on s'y prendra de façon à respecter les préoccupations des Canadiens concernant les renseignements personnels et l'intégrité du gouvernement.

Langues officielles

Le Secrétariat du Conseil du Trésor — en collaboration avec le Bureau du commissaire aux langues officielles, Communication Canada et Patrimoine canadien — a entrepris un projet de recherche sur les attitudes actuelles à l'égard de l'usage des deux langues officielles au sein de la fonction publique du Canada. L'objectif était de mettre en évidence les possibilités et les obstacles inhérents à l'accroissement de l'usage actif des deux langues officielles dans le milieu de travail du gouvernement du Canada et d'accroître la capacité des employés à servir les Canadiens dans les deux langues officielles.

Cohésion sociale

Patrimoine canadien (qui a piloté le projet), Citoyenneté et Immigration Canada et Communication Canada ont commandé un projet de recherche visant à déterminer les attitudes à l'égard des minorités raciales et religieuses et des immigrants, dans la foulée des attentats du 11 septembre 2001. Cette étude sur la cohésion sociale a fait appel à des méthodes de recherche à la fois quantitatives et qualitatives.

Études multiclients

Classement des études multiclients	
Étude multiclients	**Nombre de ministères abonnés**
Rethinking Government (Les Associés de recherche Ekos)	14
The Ipsos Trend Report (anciennement le sondage Angus Reid) (Ipsos-Reid)	12
Rethinking the Information Highway (Les Associés de recherche Ekos)	11
Focus Canada (Environics Research Group)	10
Rethinking North American Integration (Les Associés de recherche Ekos)	9
Perspectives Canada (Pollara)	7
Compas Business Agenda (Compas Research)	7
Emerging Perspectives on Innovation (Les Associés de recherche Ekos)	6
Public Safety in the New Millennium (Ipsos-Reid)	6
Reconnecting Government with Youth V (Ipsos-Reid)	6
3SC (CROP)	5
Rethinking Citizen Engagement (Les Associés de recherche Ekos)	5
National Pulse on Health (Environics Research)	2
Perceptions Regarding Family Violence (Les Associés de recherche Ekos)	2

Au cours de l'exercice, le gouvernement a continué d'utiliser les études multiclients. Plusieurs ministères ont participé à la série « *Rethinking* » et c'est *Rethinking Government* qui a obtenu le plus grand nombre d'abonnements. Plusieurs ministères se sont également abonnés à d'autres études qui leur ont fourni un vaste aperçu de l'opinion publique, notamment *The Ipsos Trend Report*, *Focus Canada* et *Perspectives Canada*. Bon nombre de ministères ont également choisi de s'abonner aux études des Associés de recherche Ekos, notamment *Rethinking the Information Highway* et *Rethinking North American Integration*.

Aperçu thématique des études multiclients

Globalement, le gouvernement s'est abonné à plusieurs études multiclients portant sur une vaste gamme d'enjeux. Un aperçu thématique de ces études est présenté ci-dessous.

Aperçus de l'opinion publique nationale

CROP Express (CROP)
3SC (CROP)
Rethinking Government (Les Associés de recherche Ekos)
Rethinking Citizen Engagement (Les Associés de recherche Ekos)
Focus Canada (Environics Research Group)
Rapport Goldfarb (Goldfarb Consultants)
The Ipsos Trend Report Canada (anciennement le sondage *Angus Reid)* (Ipsos-Reid)
Perspectives Canada (Pollara)
Environmental Monitor (Environics Research Group)

Rapports régionaux

Atlantic Omnibus Report (Corporate Research Associates)
Québec 360 (Créatec +)
North of 60 (Environics Research Group)
Focus Ontario (Environics Research Group)
Options for Western Canada (Ipsos-Reid)
BC Reid Report (Ipsos-Reid)
Alberta Reid Report (Ipsos-Reid)
Ontario Reid Report (Ipsos-Reid)

Haute technologie et innovation

Rethinking the Information Highway (Les Associés de recherche Ekos)
Emerging Perspectives on Innovation (Les Associés de recherche Ekos)
Inter@ctive Reid Report (Ipsos-Reid)

Enjeux internationaux

Rethinking North American Integration (Les Associés de recherche Ekos)
International Environmental Monitor (Environics International)
Globe Scan Report on Sustainable Development Trends (Environics International)
World Monitor (Ipsos-Reid)

Sécurité

Public Security Monitor (Les Associés de recherche Ekos)
Public Safety in the New Millennium (Ipsos-Reid)

Enjeux touchant les jeunes

Reconnecting Government with Youth (Ipsos-Reid)
Campus Pulse: Understanding Young Adults (The Logit Group)
Trendscan: Report on Teen Lifestyles (Youth Culture)

Enjeux relatifs à la santé

National Pulse on Health (Environics Research Group)
Health Insider Report (PriceWaterhouseCoopers)

Affaires/questions d'ordre économique

Compas Business Agenda (Compas)
Monthly Index of Consumer Attitudes (Conference Board du Canada)
Corporate Social Responsibility Monitor (Environics Research Group)
2002 Canadians and the Economy (Ipsos-Reid)

Autres sujets

Sport Canada Research on the Canada Winter Games (Decima Research)
Perceptions Regarding Family Violence (Les Associés de recherche Ekos)
Les citoyens d'abord 2002 (Institut d'administration publique du Canada)
Wheat Market Watch (Ipsos-Reid)
Farm Management Practices Benchmark (Ipsos-Reid)
Public Views Regarding Aboriginal Peoples (Ipsos-Reid)
New Thoughts for Food (Ipsos-Reid)
Nielsen Television Index (Nielsen Media Research)

Accès au savoir-faire

Classement des sociétés de recherche pour la recherche sur l'opinion publique		
Société	**Milliers de dollars**	**Nombre de projets**
Les Associés de recherche Ekos	4 567 $	112
Environics Research Group	3 615 $	72
Ipsos-Reid	3 537 $	106
Compas	2 031 $	50
Créatec +	1 528 $	31
Pollara	1 446 $	23
Groupe de consultation phase 5	1 213 $	28
Decima Research	1 181 $	28
Goldfarb Consultants	862 $	19
GPC Factor Research Group	790 $	12

Au cours de l'exercice, le gouvernement du Canada a eu recours aux services de 83 sociétés de recherche pour répondre à ses besoins de recherche sur l'opinion publique.

Accès au savoir-faire – Études personnalisées

Classement des sociétés de recherche pour les études personnalisées		
Société	**Milliers de dollars**	**Nombre de projets**
Environics Research Group	3 333 $	60
Les Associés de recherche Ekos	2 917 $	56
Ipsos-Reid	2 628 $	60
Compas Research	1 898 $	43
Pollara	1 346 $	23
Créatec +	1 378 $	30
Groupe de consultation phase 5	1 226 $	27
Decima Research	1 170 $	27
Goldfarb Consultants	792 $	16
GPC Factor Research Group	790 $	11

Globalement, Environics Research Group arrive en tête des sociétés du secteur privé pour ce qui est du chiffre d'affaires provenant des études personnalisées (toutes les études, excepté les études multiclients). En fait, Environics Research Group a réalisé à ce chapitre un chiffre d'affaires supérieur de 14 % à celui des Associés de recherche Ekos, la société qui se classe au second rang. Au total, huit maisons de recherche ont réalisé un chiffre d'affaires d'au moins un million de dollars grâce aux études personnalisées.

Accès au savoir-faire – Études multiclients

Classement des sociétés de recherche pour les études multiclients	
Société	**Milliers de dollars**
Les Associés de recherche Ekos	1 639 $
Ipsos-Reid	909 $
Environics Research Group	400 $
CROP	228 $
Perspectives Canada Ltd.	169 $
Créatec +	150 $
Compas Research	137 $
Environics International Ltd.	135 $
Goldfarb Consultants	70 $
Institut d'administration publique du Canada	54 $

La société Les Associés de recherche Ekos arrive en tête pour le chiffre d'affaires réalisé à partir des abonnements ministériels aux études multiclients. Elle est suivie d'Ipsos-Reid et d'Environics Research Group. Au total, les ministères se sont abonnés à 44 études multiclients différentes.

Perspectives : Recherche sur l'opinion publique Enjeux du prochain exercice

Si l'on explore l'exercice 2002-2003, on constate que Communication Canada et ses partenaires seront aux prises avec plusieurs défis qu'il leur faudra relever en ce qui a trait à la recherche sur l'opinion publique.

Outil d'évaluation de campagnes publicitaires

Un mouvement s'esquisse au sein du gouvernement en faveur de l'élaboration d'une série de critères communs pour évaluer l'efficacité des annonces publicitaires. Le gouvernement du Canada a travaillé à l'élaboration d'une série de questions de base qui seront posées dans les enquêtes pour évaluer les principales campagnes de publicité. Les ministères sont également encouragés à utiliser ces questions pour évaluer les campagnes plus modestes. Cet instrument de mesure commun permet de déterminer l'efficacité des annonces publicitaires du gouvernement. Ce nouvel outil aidera les ministères à économiser de l'argent dans l'élaboration de questionnaires et il permettra d'améliorer l'uniformité de la recherche ainsi que l'aptitude à mesurer l'efficacité des publicités.

Recherche en ligne

La recherche en ligne devient de plus en plus populaire et l'on assiste à l'heure actuelle à une prolifération de progiciels qui facilitent la tâche des organisations dans la réalisation d'études de ce genre. Le gouvernement du Canada devrait élaborer des normes pour déterminer quelles sont les études appropriées, quand il convient de faire appel à des consultants de l'extérieur et quels sont les enjeux relatifs à l'accessibilité et à la protection des renseignements personnels auxquels il faut tenir compte. Bien que ce type de recherche soit prometteur, son grand intérêt s'accompagne d'une série d'enjeux sur lesquels il faut se pencher. L'une des principales préoccupations a trait au manque de rigueur qui caractérise ce genre de recherche qui n'offre pas la qualité des études traditionnelles sur l'opinion publique. Pour qu'une recherche soit utile, elle doit en effet respecter une méthode rigoureuse, et l'interprétation des données doit être faite correctement. Au cours du prochain exercice, Communication Canada s'efforcera d'apporter sa contribution à l'élaboration de normes pangouvernementales applicables à la recherche en ligne.

Initiative d'amélioration des services

L'Initiative d'amélioration des services est l'un des grands projets entrepris à l'heure actuelle par le gouvernement du Canada. Dans le cadre de ce projet, les ministères et organismes sont tenus d'établir des mesures de référence documentées en matière de satisfaction de la clientèle pour ce qui est des principaux services offerts au public en appliquant les paramètres de l'Outil de mesures communes (OMC). L'OMC est composé de dix questions fondamentales qui devraient être utilisées par les ministères et organismes lorsque ceux-ci évaluent les niveaux de satisfaction de la clientèle. Ils doivent également avoir recours à cet outil pour élaborer leurs plans annuels d'amélioration des services et leurs normes de services essentiels. Communication Canada a collaboré avec le Secrétariat du Conseil du Trésor pour établir les offres permanentes liées à l'Initiative d'amélioration des services. Le principal critère inhérent aux offres permanentes de cette rubrique sera la conception, la mise en œuvre et l'analyse d'enquêtes sur la satisfaction de la clientèle intégrant l'OMC.

Coordination et partage

En 2002-2003, Communication Canada continuera de travailler pour atteindre un double objectif, à savoir assurer la coordination interministérielle de la recherche sur l'opinion publique et le partage des résultats de la recherche entre les ministères. Il existe déjà plusieurs ressources qui facilitent la mise en commun des études sur l'opinion publique, notamment en améliorant l'accès aux résultats de la recherche et les échanges concernant les méthodes et les pratiques exemplaires au sein du milieu de la recherche du gouvernement. En outre, le groupe de travail en recherche sur l'opinion publique continuera de se réunir régulièrement, et il comptera au nombre de ses membres des coordonnateurs d'un plus grand nombre de ministères, de même que des conseillers en passation de contrats de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada. Le comité des directeurs généraux relatif à la recherche sur l'opinion publique se réunira pour discuter des nouveaux enjeux comme ceux qui se rattachent à la recherche en ligne, à l'évaluation des annonces publicitaires et aux études multiclients. Plusieurs outils et ressources seront mis en œuvre pour le milieu de la recherche, y compris un guide méthodologique et davantage d'information accessible en ligne sur les études relatives à la recherche sur l'opinion publique.

Tableaux en annexe

Tableau 1

Classement des ministères pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique		
Ministère	**Milliers de dollars**	**Nombre de projets**
Santé Canada	4 036 $	88
Développement des ressources humaines Canada	2 614 $	62
Communication Canada	2 117 $	70
Industrie Canada	1 834 $	54
Environnement Canada	1 343 $	36
Patrimoine canadien	1 288 $	36
Secrétariat du Conseil du Trésor	1 228 $	16
Affaires étrangères et Commerce international	867 $	18
Ressources naturelles Canada	847 $	32
Justice Canada	810 $	21
Défense nationale	707 $	15
Agence des douanes et du revenu du Canada	687 $	23
Bureau du Conseil privé	678 $	15
Transports Canada	666 $	16
Finances Canada	637 $	19
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada	634 $	23
Pêches et Océans Canada	616 $	12
Placements Épargne Canada	526 $	8
Parcs Canada	467 $	6
Affaires indiennes et du Nord Canada	458 $	13
Agriculture et Agroalimentaire Canada	430 $	9
Citoyenneté et Immigration Canada	404 $	11
Statistique Canada	375 $	7
Diversification de l'économie de l'Ouest Canada	234 $	17
Protection civile Canada	222 $	6

Tableau 1 (suite)

Ministère	Milliers de dollars	Nombre de projets
Anciens combattants Canada	146 $	6
Agence canadienne de développement international	107 $	6
Office national de l'énergie	99 $	2
Service correctionnel du Canada	83 $	4
Instituts de recherche en santé du Canada	83 $	1
Commissariat à la protection de la vie privée du Canada	69 $	2
Agence canadienne d'inspection des aliments	60 $	2
Gendarmerie royale du Canada	54 $	1
Solliciteur général du Canada	52 $	1
Bibliothèque nationale du Canada	40 $	2
Office national du film	39 $	2
Chaires de recherche du Canada	27 $	2
Conseil national de recherches du Canada	25 $	1
Archives nationales du Canada	22 $	1
Bureau de la sécurité des transports du Canada	21 $	1
Développement économique Canada	20 $	3
Conseils et Vérification Canada	20 $	1
Cour fédérale du Canada	11 $	1

Tableau 2

Classement des sociétés de recherche relativement au montant de l'ensemble des études sur l'opinion publique	
Société	**Milliers de dollars**
Les Associés de recherche Ekos	4 567 $
Environics Research Group	3 615 $
Ipsos-Reid	3 537 $
Compas Research	2 031 $
Créatec +	1 528 $
Pollara	1 446 $
Groupe de consultation phase 5	1 213 $
Decima Research	1 181 $
Goldfarb Consultants	862 $
GPC Factor Research Group	790 $
Sage Research	631 $
Patterson, Langlois Consultants	488 $
CF Group Inc.	405 $
Viewpoint Learning Inc.	324 $
R.A. Malatest & Associates	297 $
Binarius Research Group	253 $
CROP	248 $
Corporate Research Associates	195 $
Léger Marketing	189 $
Vision Research	181 $
Environics International Ltd.	164 $
Perspectives Canada Ltd.	169 $
Earnscliffe Research	155 $
Circum Network Inc.	143 $
Cogem	121 $

Tableau 2 (suite)

Société	Milliers de dollars
Delta Media	95 $
Conference Board du Canada	80 $
PriceWaterhouseCoopers	78 $
Strathmere Associates International Ltd.	74 $
Fast Consulting	63 $
ViewStats Research	54 $
Institut d'administration publique du Canada	54 $
Berger, Earl	38 $
Youth Culture	37 $
Bélisle Marketing Ltée	26 $
Infocus	25 $
Brenda Buchanan	25 $
Venture Communications	25 $
Plan-it safe (CHEO)	25 $
Akwatu Khenti	25 $
SQM Group	25 $
Hall & Hall Associates Limited	25 $
D-Code	25 $
Corum Research	25 $
Istudio Canada Inc.	25 $
Prairie Research Associates Inc.	25 $
Ad Hoc Marketing	25 $
Service-Growth Consultants Inc.	25 $
Echo Sondage	24 $
Canadian Energy Research Institute	24 $

Tableau 2 (suite)

Société	Milliers de dollars
Landal Inc.	23 $
Bristol Group	22 $
In-Touch Survey Systems	22 $
The Logit Group	22 $
Thinklounge	21 $
York University's Institute for Social Research	21 $
Totum Research	21 $
Harley House Consultants Inc.	21 $
HRSG Worscan	20 $
Jacques Belzile	20 $
Learneze.com	19 $
Northstar Research Partners	19 $
Innovative Management Solutions	16 $
Université Queen's	15 $
Canadian Labour and Business Centre	15 $
Catherine MacFarlane Evaluation Consultant	15 $
Opinion Search Inc.	13 $
Goss, Gilroy & Associates	12 $
Rencontres Int. du doc. de Montréal	11 $
Seer Research & Marketing	10 $
Nielsen Media Research	9 $
Omnifacts Research	8 $
Market Explorers	8 $
IBR Consulting Services Ltd.	8 $
Réseau des SADC du Québec	6 $

Tableau 2 (suite)

Société	Milliers de dollars
Criterion Research Corp	6 $
HLB Decision Economics Inc.	5 $
Sondages Ad Valorem (SAV) inc.	5 $
Viewpoints Research	5 $
Oraclepoll	5 $
Performance Management Network	5 $
Vision Research - Darmonkow Comunication	3 $
The RDI Group	3 $

Tableau 3

Études multiclients selon la société de recherche	
Société et titre de l'étude	**Montant total pour l'ensemble des abonnements ministériels (milliers de dollars)**
Les Associés de recherche Ekos	**1 639 $**
Rethinking the Information Highway	471 $
Rethinking Government	423 $
Rethinking North American Integration	254 $
Rethinking Citizen Engagement	170 $
Emerging Canadian Perspectives on Innovation	150 $
Perceptions Regarding Family Violence	107 $
Public Security Monitor	64 $
Ipsos-Reid	**909 $**
Reconnecting Government with Youth	246 $
Public Safety in the New Millennium	150 $
Ipsos-Reid Trend Report	124 $
New Thoughts for Food	72 $
Public Views Regarding Aboriginal Peoples	65 $
Options for Western Canada	50 $
Alberta Reid Report	44 $
BC Reid Report	42 $
Ipsos-Reid Farm Management Practices Benchmark	27 $
World Monitor	21 $
Ontario Reid Report	21 $
2002 Canadians and the Economy	16 $
Wheat Market Watch	14 $
2002 Small Scale Operator Study	11 $
The Canadian Inter@ctive Reid Report	5 $

Tableau 3 (suite)

Société et titre de l'étude	Montant total pour l'ensemble des abonnements ministériels (milliers de dollars)
Environics Research Group	**400 $**
Focus Canada	226 $
National Pulse on Health Strategy	139 $
North of 60 Syndicated Study	24 $
Focus Ontario	11 $
CROP	**228 $**
3SC	222 $
CROP-Express	6 $
Perspectives Canada Ltd.	**169 $**
Perspectives Canada	169 $
Créatec +	**150 $**
Québec 360	150 $
Compas Research	**137 $**
Compas Business Agenda	137 $
Environics International Ltd.	**135 $**
Environmental Monitor	92 $
Corporate Social Responsibility Monitor	23 $
Globe Scan Report	19 $
Goldfarb Consultants	**70 $**
Rapport Goldfarb	70 $
Institut d'administration publique du Canada	**54 $**
Citizens First 2002: Advancing Citizen-Centred Service in the Public Sector	54 $
Conference Board du Canada	**30 $**
Monthly Index of Consumer Attitudes	30 $
The Logit Group	**22 $**
Campus Pulse: Understanding Young Adults	22 $

Tableau 3 (suite)

Société et titre de l'étude	Montant total pour l'ensemble des abonnements ministériels (milliers de dollars)
Youth Culture	**21 $**
Trendscan: Report on Teen Lifestyles Wave 2	21 $
Corporate Research Associates	**14 $**
Atlantic Omnibus Report	14 $
PriceWaterhouseCoopers	**13 $**
Health Insider Report	13 $
Decima Research	**11 $**
Sport Canada Research on the Canada Winter Games	11 $
Nielsen Media Research	**9 $**
Nielsen Television Index	9 $
IBR Consulting Services	**9 $**
IBR Consulting Syndicated Studies	9 $